

FACEBOOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI

(Study Deskriptif kualitatif Motivasi dan Persepsi Penggunaan FaceBook Sebagai Media Komunikasi Jejaring Sosial Dalam Pertemanan Pada Mahasiswa Fisip UNS Non Reguler Angkatan 2007 - 2008)



**Di susun Oleh:
Hari Kristanto
D 1207608**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2010**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan infrastruktur teknologi yang terus berkembang dan meluas hingga ke pelosok-pelosok dusun, proses interaksi dan komunikasi di dunia maya, manusia mulai “dimanjakan” dalam berinteraksi dan berkomunikasi jarak jauh. Saat ini komunikasi sudah menjadi hal yang penting bagi kehidupan manusia untuk memperoleh bermacam-macam informasi yang dibutuhkan. Selain itu memperoleh pengetahuan dan hiburan, membuat media massa akhir-akhir ini di Indonesia tidak terkecuali media lewat internet, semakin merebak. Kehadiran internet membuat orang yang mulanya tidak berani bicara menjadi berani memberi komentar sebab bicara di internet lebih bebas, “ungkap A. Sapto Anggoro” wakil pemimpin redaksi detik dotcom menanggapi masalah kebebasan berbicara di internet. Barangkali karena seseorang tidak perlu ditampilkan secara live di internet seperti halnya di televisi maupun radio maka ia menjadi tak ragu-ragu beropini secara online.¹

Segala kalangan masyarakat awam, yang tidak mengenal internet, menjadi mengenal internet, menjadi hobi berinternet, bahkan kecanduan berinternet. Pada dasarnya, setiap orang itu bangga dengan dirinya, bangga dengan foto diri, bangga dengan wajahnya serta bangga

¹ (WWW.saptoanggoro.com)

dengan momen-momen terbaiknya sehingga sangat memuaskan batin jika kebanggaan tersebut dapat dilihat oleh orang lain, bahkan jutaan orang di internet. Ini adalah sifat dasar manusia yang kemudian mendorong Facebook untuk menjadi candu dalam diri sendiri. Situs ini sudah merambah ke semua lini dan lapisan masyarakat, tidak mengenal kasta dan pangkat, bahkan orang-orang penting dan elit di pemerintahan pun tidak ketinggalan mendaftar di facebook ini, bintang film dan selebriti juga tidak canggung-canggung memamerkan dirinya yg sudah punya facebook. Segmentasi pengguna internet menjadi meningkat tajam bahkan luar biasa. Selain itu, dengan Facebook, kita juga mampu membangun jaringan untuk membentuk suatu kelompok bisnis ataupun kelompok organisasi. Hebatnya lagi, kita mampu membentuk kekuatan massa, termasuk massa politik (Barrack Obama, Presiden SBY, dan masing-masing capres membentuk jaringan massa pendukung lewat facebook). Tidak ketinggalan, berbagai organisasi profit maupun nonprofit ramai-ramai melakukan link ke Facebook agar tidak ketinggalan teknologi informasi ini.²

Booming situs jejaring sosial sebagai media komunikasi saat ini mengindikasikan bahwa internet memiliki potensi yang besar untuk menjaring pertemanan. Sekaligus menandakan bahwa masyarakat dunia benar-benar telah bertransformasi menjadi masyarakat dimana kebutuhan akan informasi, akses cepat dan komunitas menjadi faktor penting dari kehidupan mereka, terbukti dengan banyaknya orang tergabung di dalam situs pertemanan seperti my space, friendster dan yang sedang menjadi tren saat ini adalah facebook. Facebook menjadi sebuah media berekspresi bagi para narsis di seluruh dunia. "Hampir semua siswa menggunakan Facebook, dan tampaknya menjadi bagian normal dari interaksi sosial masyarakat," kata Campbell. "Hanya saja ternyata narsis menggunakan Facebook dengan

² techno.okezone.com/read/2009/09/.../fenomena-facebook-yang-spektakuler

cara yang sama mereka menggunakan hubungan lain untuk promosi diri dengan penekanan pada kuantitas lebih dari kualitas". Sebuah studi University of Georgia menunjukkan bahwa situs jaringan sosial online seperti Facebook mungkin menjadi alat yang berguna untuk mendeteksi apakah seseorang adalah seorang narsisis. "Penemuan bahwa orang yang narsis menggunakan Facebook dalam mempromosikan diri dengan cara yang dapat diidentifikasi oleh orang lain," kata penulis utama Laura Buffardi, mahasiswa program doktor dalam bidang psikologi yang turut menulis penelitian dengan associate professor W. Keith Campbell.³

Alhasil, facebook seperti sebuah perkampungan dunia yang dihuni oleh orang-orang dari berbagai kalangan. Facebook sanggup menanggalkan jejak-jejak primordial dan sentimen lokalitas para penggunanya. Mereka seperti memasuki sebuah perkampungan global yang egaliter dan demokratis. Persoalannya, apakah kehadiran facebook akan terus menarik perhatian penggunanya sebagai jejaring sosial yang nyaman dan permanen atau hanya singgah sesaat dalam kubangan memori penggunanya hingga akhirnya terlupakan? Tak tahu pasti. Waktu juga nanti yang akan mengujinya. Terlepas dari itu, facebook agaknya telah menjadi piranti teknologi digital yang memancarkan pamor keajaiban dunia virtual yang benar-benar membuat dunia makin menyempit dan mengglobal.⁴

Dari interview kecil pra penelitian, peneliti menemukan bahwa ada yang menggunakan facebook dengan motivasi untuk bermain game online saja, dan sebatas

³ esciencenews.com/articles/2008/09/22/study.facebook.profiles.can.be

⁴ <http://sawali.info/2009/03/23/blog-facebook-dan-keajaiban-dunia-virtual/>

mengisi waktu luang saja. Dikhawatirkan, dari penggunaan facebook yang harusnya memberikan dampak positif malah memberikan dampak yang negatif. Motivasi penggunaan facebook terhadap mahasiswa ternyata berbeda-beda yang pastinya berujung pada pemahaman, tanggapan, pengaruh dan dampak yang berbeda-beda juga. Hal inilah yang melatar belakangi penulis memilih penggunaan facebook dan tanggapan mahasiswa sebagai obyek penelitian. Atas dasar itulah peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai penggunaan facebook pada mahasiswa komunikasi non regular Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dengan mengambil tempat penelitian di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana motivasi dan persepsi penggunaan FaceBook sebagai media komunikasi jejaring sosial dalam pertemanan dikalangan mahasiswa Komunikasi Non Regular Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret angkatan 2007 - 2008?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai usaha memperoleh data tentang motivasi dan persepsi penggunaan FaceBook sebagai media komunikasi jejaring sosial dalam pertemanan dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Non Regular Universitas Sebelas Maret angkatan 2007 – 2008.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dirumuskan seperti diatas maka penelitian diharapkan memberikan manfaat berupa :

1. Mengetahui bagaimana motivasi penggunaan facebook sebagai media komunikasi jejaring sosial dan pertemanan, serta manfaat yang diperoleh mengingat banyaknya media komunikasi yang lebih menarik.
2. Melalui penelitian ini diharapkan diperoleh gambaran mengenai persepsi penggunaan facebook sebagai media jejaring sosial, pertemanan pada mahasiswa Fisip Universitas Sebelas Maret
3. Secara praktisi : penggunaan facebook sebagai media komunikasi sehingga dapat memberi manfaat untuk melakukan kegiatan penelitian yang serupa dalam ruang lingkup yang lebih luas dan mendalam lagi.

E. Telaah Pustaka

1. Komunikasi

Kehidupan manusia tidak pernah lepas dari apa yang dinamakan dengan komunikasi. Dengan melakukan komunikasi, manusia bisa saling bertukar informasi, gagasan, ide, dan pengalaman. Adanya komunikasi akan membentuk suatu jaringan interaksi yang kompleks bagi manusia.

Secara umum Gebner mendefisikan komunikasi sebagai suatu interaksi sosial melalui pesan-pesan yang dapat diberi sandi (kode) secara formal, simbolis atau penggambaran peristiwa tentang beberapa aspek budaya yang sama-sama dimiliki⁵. Adapun Berelson dan Steiner memberi fokus pada unsur penyampaian dalam definisi

⁵Reed H Blake dan Edwin O Haraldsen, *Taksonomi Konsep Komunikasi*, Papyrus. Surabaya, 2003. hal.2.

komunikasi sebagai penyampaian informasi, ide, emosi, ketrampilan dan seterusnya melalui penggunaan simbol-kata, gambar, angka, grafik dan lain-lain⁵

Definisi mengenai komunikasi tak terbilang jumlahnya. Definisi-definisi tersebut diungkapkan oleh beberapa ahli, beberapa diantaranya adalah Para ahli di Amerika Serikat yang menaruh minat kepada perkembangan komunikasi, adalah Carl I. Hovlan, yang pertama kali dalam karyanya *Social Communication* mengetengahkan definisi mengenai ilmu komunikasi. Menurut Carl I. Hovland, "*science of communication*" adalah :*"a systematic attempt to formulate in rigorous fashion the principles by which informationis transmitted and opinion and attitude are formed"*(upaya yang sisitematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampaian Informasi serta pembentukan opini dan sikap).⁶

Sementara itu, Hovland, Janis, dan Kelly yang semuanya adalah psikolog mendefinisikan komunikasi sebagai:

"the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behaviour of other individuals (the audience)". Dapat diartikan komunikasi adalah proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimuli (biasanya berupa bahasa) untuk membentuk tingkah laku orang lain (audiens).⁷

Komunikasi dalam bahasa Inggris dikenal dengan *Communication*, berasal dari kata latin *Communicatio*, dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna⁸. Unsur-unsur dalam proses komunikasi adalah,

⁶ Drs.Onong Uchajana Effendy,M.A., "*Televisi Siaran Teori dan Praktek*" , Penerbit Alumni, Bandung, 1984, hal. 2

⁷ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005, hal.3

⁸ Effendi Onong Echjana, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Rosda Karya, Bandung, 1984. hal.11

sumber (komunikator), pesan (*message*), saluran (*channel*) dan penerima (komunikan) serta efek (*effect*) yang ditimbulkannya⁹.

Pada abad sekarang ini, komunikasi telah mencapai pada suatu titik dimana orang mampu berbicara dengan jutaan manusia secara serentak dan serempak. Hal ini berarti tidak ada lagi batasan-batasan yang menghambat berlangsungnya komunikasi antar persona. Ruang dan waktu telah berhasil ditembus dengan adanya komunikasi massa, yaitu komunikasi yang hanya berlangsung dengan menggunakan media massa. Media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu meliputi media cetak (majalah, tabloid, surat kabar), dan media elektronik (radio dan televisi).

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dirumuskan oleh Bitner sebagai berikut “*mass communication is message communicated through mass medium to a large number of people*.”¹⁰ Dapat diartikan disini bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Pada dasarnya aktivitas komunikasi didalam masyarakat merupakan sebuah kegiatan pertukaran informasi dan Komunikasi merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan(penerima) dari komunikator(sumber) melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung/tidak langsung dengan maksud memberikan dampak/effect kepada komunikan sesuai dengan yang di inginkan komunikator, yang memenuhi 5 unsur who, says what, in which channel, to whom, with what effect.

⁹D. Lawrence Kincaid dan Wilbur Schramm. *Azas-azas Komunikasi Antar Manusia*, LP3ES, Jakarta, 1987. hal. 90

¹⁰ Jalaludin Rakhmat, Op Cit, hal 188

Khalayak akan mengalami proses dalam penerimaan pesan tersebut, yaitu meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.¹¹

1. Sensasi merupakan tahap paling awal dalam penerimaan informasi. Sensasi adalah proses menangkap stimuli atau rangsangan oleh indera, masing-masing manusia mempunyai kepekaan indera yang berbeda-beda. Seperti yang ditulis oleh binjamin B. Wolman (1973 : 343), bahwa : “sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera”.

2. Persepsi, adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*) sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Dengan kata lain persepsi mengubah sensasi menjadi informasi atau sensasi baru mempunyai makna ketika seseorang yang mendapat stimulant mempersepsikannya. Hubungan sensasi dengan persepsi adalah sensasi adalah bagian dari persepsi. Selain sensasi, juga melibatkan atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori (Desidarato,1976 : 129)

3. Memori adalah “sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing prilakunya,” ini merupakan devinisi dari Schessinger dan Groves (1976 : 352). Memori mempunyai tiga tahap,yaitu perekaman, penyimpanan, dan pemanggilan.

4. Berpikir, merupakan proses keempat yang mempengaruhi penafsiran kita terhadap stimuli. Dalam berpikir kita melibatkan semua proses yang kita sebut sensasi,

¹¹ Jalaluddin Rakhmat, “*Psikologi Komunikasi. Bandung*”, PT Remaja Rosda Karya, 2001 hal. 49

persepsi, dan memori. Berpikir adalah menggunakan, menghubungkan, memanipulasikan, menggabungkan mengolah memori-memori tersebut sehingga dapat digunakan untuk memecahkan masalah.

2. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan yang terkait dengan adanya suatu tujuan. Motif tidak bisa diamati dan yang bisa diamati adalah perilakunya. Dari bentuk-bentuk perilaku dapat disimpulkan adanya kebutuhan dan motif. Tiga motivasi khalayak dalam menggunakan media massa, yaitu: orientasi Kognitif (kebutuhan mencari informasi dan surveillance), orientasi diversifikasi (kebutuhan untuk mencari hiburan dan pelepasan ketegangan/tekanan) dan orientasi identitas personal (motif untuk memperkuat/menonjolkan sesuatu yang penting dalam relatif kehidupannya atau situasi khalayak itu sendiri).¹²

Khalayak yang didasari oleh motivasi kognitif akan mencari informasi yang beragam dari media massa agar keinginannya terpenuhi. Jadi, kaitannya dengan penelitian ini, khalayak yaitu mahasiswa tertarik untuk menggunakan facebook karena terdorong oleh keinginannya untuk mendapatkan informasi tentang segala sesuatu informasi jejaring sosial dalam pertemanan.

Sedangkan khalayak yang didasari oleh motivasi diversifikasi bersifat pasif dalam partisipasinya, karena hanya bertumpu pada perasaan senang atau tidak senang. Sehingga dengan motivasi diversifikasi, khalayak mahasiswa tertarik untuk sekedar hanya ingin tahu tentang informasi-informasi yang sedang terjadi yang juga sebagai pengisi waktu luang saja.

¹² Drs. Jalaluddin Rakhmat, M.SC, "Metode Penelitian Komunikasi", Remaja Rosda Karya, Bandung, 1984, hal 205

Dalam motivasi identitas personal, seseorang menggunakan media massa karena didorong oleh keinginan untuk mengaktualisasikan dirinya melalui media massa. Maksudnya adalah bahwa media massa dianggap sebagai sarana untuk pengakuan atau perwujudan dari situasi dirinya. Dalam orientasi ini, khalayak memilih media massa berdasarkan statusnya dan karakternya.

3. Persepsi

Faktor yang sangat mempengaruhi persepsi, yaitu perhatian. Menurut Kenneth E. Aderson dalam buku yang ditulisnya sebagai pengantar pada teori komunikasi, perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli yang menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita, dan mengesampikan masukan-masukan melalui alat indera yang lain.¹³ Harvey dan Smith (1977), dan Wriythman dan Deaux (1981), menyatakan bahwa persepsi adalah suatu proses membuat penilaian (*judgment*) atau membangun kesan (*impression*) mengenai berbagai macam hal yang terdapat di dalam lapangan penginderaan seseorang.

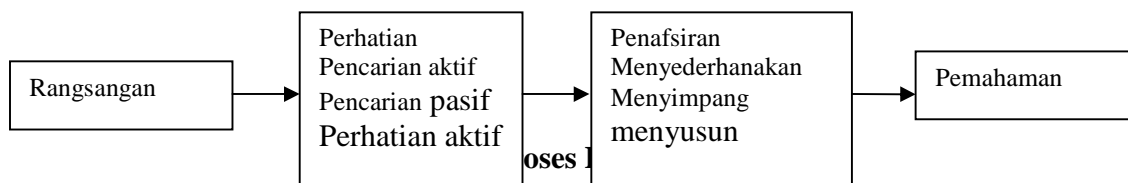
Pembuatan penilaian atau pembentukan kesan ini, pada hakekatnya merupakan suatu upaya pemberian makna kepada hal-hal tersebut.¹⁴ Menurut Taguiri (1969) persepsi merupakan proses melalui mana seseorang menjadi ‘tahu’ atau ‘mengerti’ ini tidak serupa dengan tahu atau mengerti yang didasarkan pada proses berpikir logis ataupun

¹³ Ibid, hal. 52

¹⁴ Istikomah Wibowo, *Psikologi Sosial*, Jakarta, Karunia Universitas Terbuka, 1988, hal. 23

intuisi. Dalam hal ini persepsi, kita tahu atau mengerti tentang sesuatu melalui penginderaan kita.¹⁵

Proses persepsi tidak dapat berjalan dengan sendirinya, melainkan melalui tahapan-tahapan dalam individu yang didapat dan digambarkan sebagai berikut ¹⁶



a. Pada tahap pertama dalam individu terdapat saringan perhatian (*attention filter*), yaitu setiap orang, sengaja atau tidak sengaja akan menghindari sebuah rangsangan (*stimuli*) yang menerpanya. Individu akan mencari informasi tertentu yang sesuai dengan kebutuhannya, dan kadangkala banyak terpaan stimuli yang ditepisnya karena dianggap tidak menarik atau kurang relevan baginya, sehingga hanya sebagian kecil informasi yang berhasil menerpa seseorang.

b. Tahap kedua adalah proses penafsiran, dimana setiap individu mengorganisasikan isi rangsangan yang diterimanya kedalam model realitasnya sendiri. Ketika hal itu terjadi, maka yang terjadi adalah proses penyederhanaan, distorsi, pengaturan bahkan “penciptaan” rangsang juga. Hasil (*out put*) dari proses ini adalah suatu kesadaran mengamati (*cognitive awareness*) dan penafsiran rangsangan suatu pengamatan (*cognition*). Artinya, bahwa individu menginterpretasikan sendiri setiap pesan yang

¹⁵ Ibid, hal. 24

¹⁶ Dendi Sudiana, *Komunikasi Periklanan Cetak*. Bandung, CV Remaja Karya, 1996, hal.14

diterimanya sesuai dengan pengalamannya sehingga menghasilkan suatu pemahaman yang sesuai pula dengan pengalaman individu itu sendiri. Dengan pemahamannya itu, maka individu diharapkan dapat mempersepsikan pesan yang menerpanya itu. Tahapan-tahapan tersebut menjelaskan bahwa sebelum sampai pada pemahaman (suatu pesan) dan pengambilan keputusan (tindakan), seseorang mempelajari segala rangsangan atau stimuli yang diterimanya terlebih dahulu.

Dalil persepsi menurut Krech dan Crutfield adalah :¹⁷

a. Dalil pertama : persepsi bersifat selektif secara fungsional. Dalil ini berarti bahwa objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Mereka memberikan contoh pengaruh kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya terhadap persepsi. Bila orang lapar dan orang haus duduk di restoran, yang pertama akan melihat nasi dan lauk pauk, yang kedua akan melihat air atau es jeruk. Kebutuhan biologis menyebabkan persepsi yang berbeda.

b. Dalil kedua : medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Kita mengorganisasikan stimuli dengan melihat konteksnya. Walaupun stimuli yang kita terima itu tidak lengkap, kita akan mengisinya dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang kita persepsi.

c. Dalil ketiga : sifat-sifat perseptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan. Menurut dalil ini, jika individu dianggap sebagai anggota kelompok, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok akan dipengaruhi oleh keanggotaan kelompoknya, dengan efek yang berupa asimilasi atau kontras.

¹⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Op.Cit.* hal. 56-61

d. Dalil keempat ; objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang atau waktu atau menyerupai satu sama lain, cenderung ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama. Dalil ini umumnya betul-betul bersifat struktural dalam mengelompokkan objek-objek fisik, seperti titik, garis, atau balok. Kita segera menganggap bentuk-bentuk segitiga sebagai suatu kelompok, dan titik-titik sebagai kelompok yang lain. Kita dapat meramalkan dengan cermat, dengan mengukur jarak diantaranya objek atau melihat kesamaan bentuk, benda-benda mana yang akan dikelompokkan.

Akhir dari proses persepsi adalah interpretasi atau penilaian, bagian ini mengacu pada upaya untuk menemukan arti bagi keadaan disekitar kita. Melalui mekanisme persepsi, informasi yang diterima oleh indera manusia kemudian diorganisasikan, dipahami dan diinterpretasikan atau dievaluasi.

Lingkungan sosial mempunyai peranan dalam pembentukan persepsi seseorang. Yang paling berpengaruh yaitu orang-orang yang paling dekat dengan diri kita.¹⁸

Walaupun kita menjadi anggota banyak kelompok, kita terikat secara emosional pada beberapa kelompok saja. Hubungan kita dengan keluarga kita, kawan-kawan sepermainan, dan tetangga-tetangga yang dekat (di kampung kita, bukan di *real estates*), terasa lebih akrab, lebih personal, lebih menyentuh hati kita.¹⁹

Konsep dinamika kelompok menurut Lewin dalam kelompok, individu menjadi bagian yang paling berkaitan dengan anggota kelompok yang lain. Kelompok memiliki sifat-sifat yang tidak dimiliki individu.²⁰

Dalam hubungannya dengan pembentukan dan perubahan sikap, pengaruh media massa dapat disimpulkan pada lima prinsip umum yaitu :

¹⁸ Ibid, hal. 101

¹⁹ Ibid, hal. 142

²⁰ Ibid, hal. 27

1. Pengaruh komunikasi massa diantarai oleh faktor-faktor seperti predisposisi personal, proses selektif dan keanggotaan kelompok (faktor –faktor personal)
2. Karena faktor-faktor ini, komunikassai massa biasanya berfungsi memperkokoh sikap dan pendapat yang ada, walaupun kadang-kadang berfungsi sebagai media pengubah (*agent of change*)
3. Bila komunikasi massa menimbulkan perubahan sikap, perubahankecil pada intensitas sikap lebih umum terjadi daripada “konfersi” (perubahan seluruh sikap) dari satu sisi masalah ke sisi yang lain.
4. Komunikasi massa cukup efektif dalam mengubah sikap pada bidang-bidang di mana pendapat orang lemah. Komunikasi massa cukup efektif dalam menciptakan pendapat tentang masalah-masalah baru bila tidak ada predisposisi yang harus diperteguh. (Oskamp, 1977:149)²¹

4. Media Massa

Media massa adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan pada tahun 1920an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media.²² Dari segi etimologis, ‘media massa’ adalah ‘komunikasi massa’ – komunikasi massa adalah sebutan yang lumrah di kalangan akademis untuk studi ‘media massa’. Dari segi makna, ‘media massa’ adalah alat/sarana untuk menyebarluaskan berita, analisis, opini, komentar, materi

Lima unsur yang secara bersama-sama menjelaskan fungsi penggunaan media oleh masyarakat dalam teori Functional approach to mass communication , yakni:

²¹ Ibid, hal. 232

²² <http://smkgrafikadp.com> Nalih Kamis, 8 Mei 2008 09:44:23 - oleh : nalih diakses 9 juni 01:00 wib

1. Surveillance maksudnya adalah bahwa media menyediakan dan memberikan berita dan informasi kepada masyarakat.
2. Correlation maksudnya adalah bahwa media menyediakan informasi dan berita kepada kita setelah mereka mengadakan seleksi, interpretasi, dan evaluasi kritis terhadap semua aspek yang mungkin akan muncul.
3. Transmisi budaya maksudnya adalah bahwa media berfungsi sebagai refleksi dari kepercayaan, nilai-nilai, dan norma-norma kita dan orang lain di tempat lain yang mengusung media.
4. Intertaimen maksudnya hiburan di saat waktu sedang senggang, atau bisa jadi sebagai tempat pelarian seseorang yang mengalami masalah tertentu. Alat mobilisasi masyarakat untuk melakukan tindakan tertentu, terutama pada saat-saat krisis.²³

Sesuai dengan fungsi media, Face Book mempunyai manfaat yang bisa diambil dari sosial network yaitu

1. Untuk Silaturahmi, antar teman lama, teman baru, dan keluarga.
2. Untuk menghimpun keluarga famili, saudara, kerabat yang tersebar,
3. Sebagai media diskusi, media dakwah, tukar informasi dan mengajak kebaikan.
4. Sebagai media iklan, baik iklan gratis dengan cara posting maupun iklan berbayar yang telah disediakan.
5. Sebagai media kampanye untuk pemenangan capres dan cawapres 2009.
6. Membangun komunitas kelompok tertentu, Sekolah tertentu, suku tertentu, agama tertentu, hoby tertentu.

²³Http : pawitmy@bdg.centrin.net.id diakses 25 Juli 2008 jam 21:00

7. Melatih berkomunikasi, melatih menulis, mengeluarkan pendapat, melatih berkomentar.
8. Untuk media menyimpan photo keluarga, photo kenangan dan video yang sekaligus bisa di share.

Pada saat manusia menggunakan media massa maka secara sadar maupun tidak sadar akan merespon isi pesan media tersebut. Merespon dengan mengambil menterjemahkan isi pesan, memasukkan kedalam referensi pikiran terus menjadikannya sebuah inspirasi hingga kepada perubahan perilaku dari sebuah informasi. Hal ini cukup didukung oleh Technological determinism theory, teori ini dikemukakan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962. Teori ini menegaskan bahwa teknologi media membentuk kita sebagai individu dalam masyarakat dalam hal bagaimana kita berpikir, merasa, dan bertindak berkaitan dengan fungsi-fungsi teknologi media.²⁴ Sebagaimana fungsinya diharapkan media bisa menjadi alat untuk mempengaruhi. Kesadaran itulah yang nantinya berujung pada perubahan sikap dan perilaku masyarakat. McDevitt (1996: 270) mengatakan, “Media cukup efektif dalam membangun kesadaran warga mengenai suatu masalah (isu).” Lindsey (1994: 163) berpendapat, “Media memiliki peran sentral dalam menyaring informasi dan membentuk opini masyarakat.” Sedangkan para pemikir sosial seperti Louis Wirth dan Talcott Parsons menekankan pentingnya media massa sebagai alat kontrol sosial.²⁵

Media tetap memiliki kekuatan yang dapat membawa akibat yang sangat luas terhadap kehidupan manusia., walaupun hal tersebut bukanlah sesuatu yang mutlak

²⁴ *Ibid*, Http : [/pawitmy@bdg.centrin.net.id](http://pawitmy@bdg.centrin.net.id) diakses 25 Juli 2008 jam 21:00

25. <http://bengkeljurnalistik.wordpress.com> diakses 21 Juli 2008 jam 19:35

karena khalayak memilih mendengarkan suatu acara adalah juga untuk memenuhi kebutuhannya. Perkembangan media dan semakin majunya tingkat kehidupan memungkinkan khalayak media tidak lagi merupakan objek / sasaran dari media massa. Khalayak tidaklah pasif bahkan harapan mereka terhadap media memungkinkan mereka mengubah pola penggunaan media.

5. Internet

Internet adalah merupakan jaringan dari ribuan jaringan computer yang menjangkau jutaan orang diseluruh dunia, bahwa internet merupakan suatu jaringan internasional atau mancanegara yang menghubungkan jutaan computer di dunia. pendapat lain menyatakan bahwa internet adalah system komputer yang saling berhubungan, sehingga memungkinkan komputer desktop yang kita miliki dapat bertukar data, pesan, dan file – file dengan berjuta – juta komputer lain yang berhubungan dengan internet. kedua definisi ini diatas memberikan pemahaman yang sangat mendasar, bahwa berbicara tentang internet obyeknya adalah komputer, jaringan dan perangkat lainnya(hardware dan software)

Jaringan komputer tersedia dalam berbagai format, namun ada dua jenis utama yaitu Local Area Network (LAN) dan Wide Area Network (WAN).Local Area Network biasanya terbentuk dengan menghubungkan beberapa komputer yang berdekatan, yang berada pada suatu ruangan atau gedung dengan menggunakan kabel sebagai penghubungnya, sedangkan Wide Area Network adalah format jaringan dimana suatu komputer dihubungkan dengan yang lainnya melalui sambungan telepon.data dikirim atau diterima oleh atau dari suatu computer ke komputer lainnya lewat sambungan telepon.konektor suatu komputer dengan telepon adalah modem. internet menyediakan

sejumlah fasilitas yang dapat digunakan oleh pengguna, antara lain: Electronic Mail (E-mail), World Wide Web (WWW), File Transfer Protocol (FTP), Newsgroup atau Mailing List, Gopher, Chat Group, Telnet dan sebagainya.²⁶

Internet telah dikaitkan baik untuk bertambah dan berkurang dalam modal sosial. Nie, misalnya, berpendapat bahwa penggunaan Internet akan mengurangi face-to-face waktu dengan orang lain, yang mungkin mengurangi individu modal sosial. Namun, perspektif ini telah menerima kritik yang kuat. Selain itu, beberapa peneliti telah mengklaim bahwa interaksi online dapat melengkapi atau menggantikan orang dalam interaksi, mengurangi kerugian dari waktu yang dihabiskan online. Memang, pendidikan fisik (misalnya, geografis) masyarakat didukung oleh jaringan online, seperti masyarakat di Toronto Netville atau Blacksburg Electronic Village, telah menyimpulkan bahwa interaksi melalui komputer memiliki dampak positif pada interaksi masyarakat, keterlibatan, dan modal sosial.²⁷

Baru-baru ini, para peneliti telah menekankan pentingnya hubungan berbasis Internet untuk pembentukan ikatan lemah, yang berfungsi sebagai dasar modal sosial bridging. Karena hubungan online akan didukung oleh teknologi seperti daftar distribusi, foto direktori, dan kemampuan pencarian adalah mungkin bahwa bentuk-bentuk baru modal sosial dan membangun hubungan akan terjadi pada situs jaringan sosial online. Mungkin modal sosial bridging diperbesar oleh situs tersebut, yang mendukung ikatan sosial yang longgar, sehingga memungkinkan pengguna untuk membuat dan memelihara lebih besar, berdifusi hubungan jaringan dari mana mereka bisa berpotensi

²⁶ Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi, Vol.1, No.1, Juni 2005 diakses tgl 21, 00.30 wib

²⁷ Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> akses tgl 27

menarik sumber daya berhipotesis bahwa SNSs dapat sangat meningkatkan ikatan lemah yang dapat membentuk dan mempertahankan, karena teknologi yang sangat cocok untuk menjaga hubungan seperti itu murah dan mudah.²⁸

Adapun karakteristik media internet adalah sebagai berikut²⁹:

- Kemampuan grafik internet memungkinkan kita untuk memperlihatkan jenis produk yang ada dan mendeskripsikan pelayanan yang anda berikan secara dinamik dan dalam format yang interaktif. Anda juga dapat membuat brosur berwarna dan menyebarkannya tanpa dibebani kos cetakan.
- Halaman Web akan membantu dalam bidang perusahaan. Hanya dengan pelaburan yang relatif kecil, produk anda mampu tersebar luas di dalam pasaran global. Walaupun usaha anda hanya sebuah bisnis berskala lokal atau kecil, pelaburan anda mampu bersaing di peringkat antar bangsa.
- Terdapat banyak perusahaan yang menggunakan internet untuk berhubungan dengan pelanggan dan berkomunikasi tentang perusahaan. Ketika anda berhubungan melalui internet dengan ISP (Internet Service Provider) anda boleh menggunakan internet selama beberapa jam dan mengirimkan seluruh e-mail tanpa *cost* tambahan.
- Pelanggan selalu ingin tahu apakah mereka dapat memperoleh jawaban mengenai pertanyaan dan keluhan-keluhan mereka tanpa kehilangan banyak waktu dengan menggunakan telefon. Internet adalah pilihan tepat. Mengapa? Kerana internet

²⁸ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* (Donath & Boyd, 2004; Resnick, 2001; Wellman et al. , 2001). Donath dan Boyd (2004)

²⁹http://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_Internet, diakses tgl 21 jam 10.25wib

merupakan suatu pilihan yang memudahkan, bagi mereka yang tidak suka dengan sistem voice-mail, untuk menggunakan format online dan atau e-mail.

- Tidak pernah sebelumnya seluruh masyarakat dunia dapat berhubungan dengan mudah antara satu dengan yang lain dalam mencari dan bertukar informasi maupun ide sebelum diwujudkannya internet. Melalui newsgroups, mailing list dan e-mail, ini dapat menghubungkan anda dengan halaman web yang anda inginkan dengan cepat dan mudah.
- Internet merupakan sumber yang luas (vast resources) yang memungkinkan untuk menemukan vendor atau layanan pribadi untuk memenuhi keperluan perniagaan. Anda tidak perlu ke perpustakaan untuk mencari sumber-sumber rujukan.
- Terdapat banyak industri yang telah memiliki halaman web sendiri tempat anda untuk mencari informasi. Anda dengan mudah dapat mencapai informasi yang anda peroleh tanpa harus menggunakan media telefon.
- Internet merupakan jaringan raksasa yang melintasi batas negara dan politik. Hanya melalui internet, tidak peduli anda berada di mana, anda dapat berhubung ke seluruh dunia.

6. Facebook

Facebook merupakan situs jaringan paling populer di kalangan mahasiswa dan karena memiliki format yang tetap memudahkan bagi para peneliti untuk membandingkan halaman pengguna. Dibuat pada tahun 2004, tahun 2007 Facebook dilaporkan telah lebih dari 21 juta anggota terdaftar menghasilkan 1,6 miliar tampilan

halaman setiap hari. Situs ini terintegrasi ke dalam praktek-praktek media harian para penggunanya. Para pengguna biasa menghabiskan sekitar 20 menit setiap hari di situs ini, dan dua-pertiga dari pengguna log in paling tidak sekali sehari. Memanfaatkan keberhasilannya di kalangan mahasiswa, Facebook meluncurkan versi SMA pada awal September 2005. Pada tahun 2006, perusahaan memperkenalkan masyarakat untuk organisasi komersial; per November 2006, hampir 22.000 organisasi telah Facebook direktori. Pada tahun 2006, Facebook yang digunakan di Amerika Serikat lebih dari 2.000 perguruan tinggi dan ketujuh situs paling populer di World Wide Web yang berkaitan dengan jumlah tampilan halaman.

Sebagian besar penelitian akademis yang ada di Facebook telah difokuskan pada presentasi identitas dan privasi keprihatinan. Melihat jumlah peserta memberikan Facebook informasi tentang diri mereka sendiri, yang relatif terbuka sifat informasi, dan kurangnya kendali pribadi disahkan oleh pengguna, Gross dan Acquisti menyatakan bahwa pengguna dapat menempatkan diri pada risiko baik offline (misalnya, menguntit) dan online (misalnya, mengidentifikasi pencurian). Facebook baru-baru ini penelitian lain meneliti persepsi mahasiswa kehadiran instruktur dan keterbukaan diri, sementara pola-pola penggunaan, dan hubungan antara profil struktur dan persahabatan artikulasi.³⁰

Mengapa Facebook begitu melejit? Mengapa Facebook disukai banyak orang? Seorang pakar teknologi informasi, Dr. Linda M. Gallant, Asisten Profesor dari Emerson College, Boston, mengatakan, Situs internet umumnya menyajikan informasi dan para penjelajahnya hanya menerima apa adanya. Sekarang ini para penjelajah ingin berpartisipasi sebagai pengisi situs dan Facebook memenuhi hasrat itu. Facebook pun

³⁰ Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> akses tgl 27

kini menjadi situs keempat yang paling sering dikunjungi di dunia. Mengapa Facebook mengejar My Space, situs jaringan sosial terbesar pertama di dunia sebelum April 2008? Keadaan bahkan sudah berubah, Facebook tidak lagi nomor dua sebagaimana ditulis di situs Techcrunch.

Situs Mashable (The Social Media Guide) menyatakan, desain Facebook lebih enak dilihat dan dijelajahi serta menawarkan hal-hal yang lebih riil. Sebagai contoh, Facebook menawarkan orang lain yang kira-kira Anda kenal untuk di-add (ditambahkan) jadi teman

Pengaruh informasi tersebut setiap individu berbeda-beda. Bisa berawal dari perbedaan keutuhan informasi, jumlah informasi, terpaan media yang diterima, penerjemahan simbol – simbol yang berbeda, pemahaman, latar belakang, pola pikir hingga sikap. Maka dari itu penulis cukup setuju dengan, Joseph Klapper yang menerbitkan buku *The Effect of Massa Communication* tahun 1960 yang akhirnya dirangkum oleh McQuail sebagai berikut:

1. Ada kesepakatan bahwa efek terjadi, efek itu seringkali berbentuk pengetahuan dari sikap dan pendapat yang ada
2. Sudah jelas bahwa efek berbeda-beda tergantung pada prestise atau penilaian terhadap sumber komunikasi.
3. Makin sempurna monopoli komunikasi massa, makin besar kemungkinan perubahan pendapat dapat ditimbulkan pada arah yang dikehendaki.
4. Sejauh mana persoalan dianggap penting oleh khalayak akan memperngaruhi kemungkinan pengaruh media massa.

5. Pemilihan dan penafsiran isi khalayak dipengaruhi oleh pendapat dan kepentingan yang ada dan oleh norma-norma kelompok.

Sudah jelas bahwa struktur hubungan interpersonal pada khalayak mengantarai arus isi komunikasi, membatasi, dan menentukan efek yang terjadi.

F. Definisi Konseptual

1. Facebook³¹

Facebook merupakan salah satu layanan jaringan sosial internet yang gratis dimana kita dapat membentuk jaringan dengan mengundang teman kita. Dari jaringan yang kita bentuk, kita dapat memperhatikan aktifitas mereka, mengikuti permainan/ join game yang direkomendasikan, menambahkan teman atau jaringan kita berdasarkan organisasi sekolah, daerah domisili kita, dan bisa dibilang fasilitas untuk berteman serta membina kehidupan sosial. Facebook pun memiliki fitur dan konten yang sangat variatif dan inovatif (termasuk fitur games, survey, aplikasi, dan lainnya). Hal ini pula yang menjadikan Facebook banyak diminati orang sehingga menjadi media jejaring sosial.

2. Jejaring sosial.³²

Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena

³¹ *techno.okezone.com/read/2009/09/.../fenomena-facebook-yang-spektakuler*

³² ANALISIS DAN PERANCANGAN APLIKASI JEJARING SOSIAL PENJUALAN BERBASIS WEB, (Muhammad Ridwan Nawawi, Muhammad Irfani Sahnur, Dino Dwiyaksa) 2008 *www.ridwanforge.net/blog/jejaring-sosial-social-networking*

kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh profesor J.A. Barnes di tahun 1954. Jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll.

Sejak komputer dapat dihubungkan satu dengan lainnya dengan adanya internet banyak upaya awal untuk mendukung jejaring sosial melalui komunikasi antar komputer. Situs jejaring sosial diawali oleh Classmates.com pada tahun 1995 yang berfokus pada hubungan antar mantan teman sekolah dan SixDegrees.com pada tahun 1997 yang membuat ikatan tidak langsung. Dua model berbeda dari jejaring sosial yang lahir sekitar pada tahun 1999 adalah berbasiskan kepercayaan yang dikembangkan oleh Epinions.com, dan jejaring sosial yang berbasiskan pertemanan seperti yang dikembangkan oleh Uskup Jonathan yang kemudian dipakai pada beberapa situs UK regional di antara 1999 dan 2001. Inovasi meliputi tidak hanya memperlihatkan siapa berteman dengan siapa, tetapi memberikan pengguna kontrol yang lebih akan isi dan hubungan. Pada tahun 2005, suatu layanan jejaring sosial MySpace, dilaporkan lebih banyak diakses dibandingkan Google dengan Facebook, pesaing yang tumbuh dengan cepat. Jejaring sosial mulai menjadi bagian dari strategi internet bisnis sekitar tahun 2005 ketika Yahoo meluncurkan Yahoo! 360°. Pada bulan juli 2005 News Corporation membeli MySpace, diikuti oleh ITV (UK) membeli Friends Reunited pada Desember 2005.

Banyak layanan jejaring sosial berbasiskan web yang menyediakan kumpulan cara yang beragam bagi pengguna untuk dapat berinteraksi seperti chat, messaging,

email, video, chat suara, share file, blog, diskusi grup, dan lain-lain. Umumnya jejaring sosial memberikan layanan untuk membuat biodata dirinya. Pengguna dapat mengupload foto dirinya dan dapat menjadi teman dengan pengguna lainnya. Beberapa jejaring sosial memiliki fitur tambahan seperti pembuatan grup untuk dapat saling sharing didalamnya.

3. **Pertemanan**³³

Persahabatan atau pertemanan adalah istilah yang menggambarkan perilaku kerja sama dan saling mendukung antara dua atau lebih entitas sosial. Artikel ini memusatkan perhatian pada pemahaman yang khas dalam hubungan antar pribadi. Dalam pengertian ini, istilah "persahabatan" menggambarkan suatu hubungan yang melibatkan pengetahuan, penghargaan dan afeksi.

Sahabat akan menyambut kehadiran sesamanya dan menunjukkan kesetiaan satu sama lain, seringkali hingga pada altruisme. Selera mereka biasanya serupa dan mungkin saling bertemu, dan mereka menikmati kegiatan-kegiatan yang mereka sukai. Mereka juga akan terlibat dalam perilaku yang saling menolong, seperti tukar-menukar nasihat dan saling menolong dalam kesulitan. Sahabat adalah orang yang memperlihatkan perilaku yang berbalasan dan reflektif. Namun bagi banyak orang, persahabatan seringkali tidak lebih daripada kepercayaan bahwa seseorang atau sesuatu tidak akan merugikan atau menyakiti mereka.

³³ ANALISIS DAN PERANCANGAN APLIKASI JEJARING SOSIAL PENJUALAN BERBASIS WEB, (Muhammad Ridwan Nawawi, Muhammad Irfani Sahnur, Dino Dwiaksa) 2008 www.ridwanforge.net/blog/jejaring-sosial-social-networking

Nilai yang terdapat dalam persahabatan seringkali apa yang dihasilkan ketika seorang sahabat memperlihatkan secara konsisten:

- kecenderungan untuk menginginkan apa yang terbaik bagi satu sama lain.
- simpati dan empati.
- kejujuran, barangkali dalam keadaan-keadaan yang sulit bagi orang lain untuk mengucapkan kebenaran.
- saling pengertian.

Seringkali ada anggapan bahwa sahabat sejati sanggup mengungkapkan perasaan-perasaan yang terdalam, yang mungkin tidak dapat diungkapkan, kecuali dalam keadaan-keadaan yang sangat sulit, ketika mereka datang untuk menolong. Dibandingkan dengan hubungan pribadi, persahabatan dianggap lebih dekat daripada sekadar kenalan, meskipun dalam persahabatan atau hubungan antar kenalan terdapat tingkat keintiman yang berbeda-beda. Bagi banyak orang, persahabatan dan hubungan antar kenalan terdapat dalam kontinum yang sama.

H. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif, artinya data yang digunakan merupakan data kualitatif deskriptif. Menurut Suharsimi Arikunto, penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau status kejadian. Dalam hal ini, peneliti hanya ingin memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi tentang penggunaan facebook. Apabila data yang

diperlukan telah terkumpul, lalu diklasifikasikan dalam data yang bersifat kualitatif, yaitu yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.³⁴ Berdasarkan penjelasan tersebut, maka jenis atau tipe kualitatif merupakan tipe yang tepat dan sesuai dengan penelitian ini sebagai suatu studi awal, oleh karena itu penulis memilih jenis penelitian ini.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di jurusan ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Hal ini menjadi salah satu tolak ukur atau alasan bagi penulis untuk memilih jurusan ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Berdasarkan pengamatan penulis, mahasiswa memiliki kemampuan atau kualitas yang sangat tinggi dalam bidang komunikasi dan memiliki ketergantungan dalam menggunakan media massa yaitu internet dalam memenuhi kebutuhannya untuk mencari informasi.

3. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan tiga teknik, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan komunikasi verbal dengan tujuan mendapatkan informasi melalui pertukaran percakapan dengan tatap muka, dimana seseorang memperoleh informasi dari yang lain. Metode yang digunakan adalah wawancara

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 1999, hal. 243-244

mendalam (*indepth interview*) dan tidak berstruktur, sehingga peneliti sedikit memberi pengarahan pada pewawancara mengenai hakikat permasalahan yang ada maupun tentang pertanyaan yang diajukan kepada sumber yang diwawancarai.

Wawancara dapat dilakukan pada waktu dan konteks yang dianggap tepat, guna mendapatkan data yang mempunyai kedalaman, dan dapat dilakukan berulang-ulang demi kejelasan masalah yang dijelajahi.³⁵ Dalam wawancara menggunakan petunjuk umum berupa daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Dalam wawancara ini biasa dilakukan dengan cara menanyakan suatu permasalahan yang akan diteliti kepada salah satu responden. Apabila jawabannya dirasa kurang menjelaskan apa yang dimaksud, maka wawancara dapat dilakukan lagi pada responden lain dengan materi yang sama dan seterusnya, sampai kejelasan masalah yang diteliti tercapai.

b. Metode Dokumentasi

Metode Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, langger, agenda dan sebagainya.³⁶ Dalam penelitian sosial tidak mungkin terlepas dari metode ini, sebagaimana dikemukakan oleh Sarantakos:

“Documents have always been used as source of information in social research, either as the only method or conjunction with other methods”. (Dokumen selalu digunakan sebagai sumber informasi dalam penelitian sosial, baik sebagai satu-satunya cara maupun bersama-sama dengan cara lain).³⁷

³⁵ H.B Sutopo, *Metode Penelitian Kualitatif*, UNS Press, Surakarta, 1988, hal. 24

³⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 1999, hal. 234

³⁷ Sarantakos Sitrios, *Social Research – Second Edition*, Macmillan Education, Australia, 1998, hal. 4

Dalam penelitian ini digunakan dokumen dengan menggunakan bantuan-bantuan dari buku atau diperoleh dari perpustakaan untuk memperoleh data tambahan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

4. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah individu-individu atau obyek yang akan menjadi sasaran penelitian yang tidak saja berupa alat-alat, keadaan/tempat dan sebagainya, sedangkan individu yang di selidiki itu disebut sampel.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dari seluruh populasi mahasiswa yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta Non Reguler angkatan 2007-2008, sedangkan sampel yang digunakan berjumlah 12 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah menggunakan facebook pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta Non Regular angkatan 2007 – 2008

5. Validitas Data

Untuk menentukan validitas data menggunakan cara triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.³⁸

Dalam studi ini, peneliti menggunakan triangulasi data dan sumber yaitu peneliti menggunakan beberapa sumber dan data untuk mengumpulkan informasi. Dengan teknik ini, validitasnya didapat dengan cara mengkonfirmasi data yang diperoleh. Data satu akan dikontrol oleh data yang sama dari sumber yang berbeda, sementara data yang diperoleh selalu dikomparasikan dan diuji dengan data yang lain sebagai

³⁸ Lexy J Moleong, Op. Cit, hal. 330

pembandingan. Dengan demikian, data yang satu dengan data yang lain bisa saling melengkapi dan saling menguji sehingga diperoleh data yang dapat dipertanggungjawabkan.

Menurut Patton, teknik triangulasi sumber dapat diperoleh dengan jalan: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang mengenai situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan; (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.³⁹

6. Teknik Analisis Data

Oleh karena data yang terkumpul sifatnya kualitatif, maka peneliti menggunakan teknik analisa data kualitatif. Teknik analisa data kualitatif dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang sifatnya menyeluruh tentang apa saja yang tercakup dalam permasalahan yang ditemukan di lapangan pada waktu pengambilan data. Menurut Miles dan Huberman, analisa data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu⁴⁰:

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data kasar yang dilakukan selama proses penelitian berlangsung. Reduksi data dapat

³⁹ Ibid, hal. 331

⁴⁰ Miles, B Matthew dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, UI Press, Jakarta, hal. 16-20

dilakukan dengan beberapa macam cara, seperti melalui ringkasan, menggolongkan dalam suatu pola, dan lain sebagainya.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan rangkaian informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan dengan melihat suatu penyajian data. Sehingga peneliti akan mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan, lebih jauh menganalisis ataupun mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan

Awal pengumpulan data, peneliti sudah harus mulai mengerti apa arti dari hal-hal yang ditemui dengan melakukan pencatatan peraturan-peraturan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, dan proposisi-proposisi. Kesimpulan akhir tidak akan terjadi sampai proses pengumpulan data berakhir. Peneliti tetap bergerak di antara ketiga komponen pengumpulan data berlangsung. Sebelum pengumpulan data, proses pengumpulan data berlangsung, sesudah pengumpulan data, kemudian bergerak di antara data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing* dengan menggunakan waktu yang masih tersisa bagi penelitian.

Kegiatan analisis ketiga yang terpenting adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis data kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat dan proposisi.

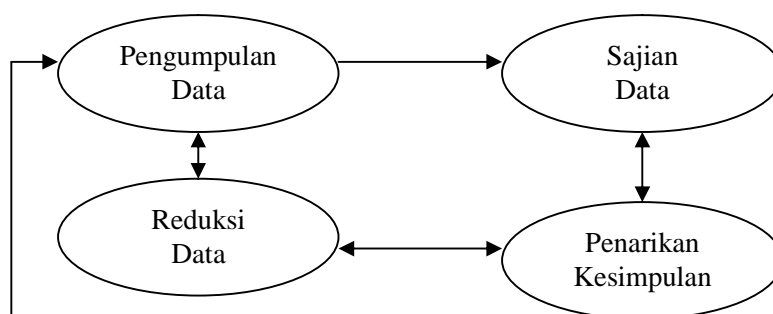
Ketiga komponen tersebut diatas, aktivitasnya terbentuk interaksi dengan proses pengumpulan data yang menggunakan proses siklus. Dengan bentuk ini, peneliti tetap

bergerak diantara tiga komponen tersebut yang berbentuk interaksi dengan proses pengumpulan data yang menjadi pegangan utama proses siklus, selanjutnya bergerak

bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian, dan kesimpulan. Maka dari itu, apabila dalam penelitian data yang telah terkumpul dirasa masih belum cukup kuat untuk mendukung proses analisis, maka peneliti dapat menyusun pertanyaan baru untuk mengumpulkan data kembali. Begitu pula dalam proses penarikan kesimpulan, jika masih memerlukan data baru, peneliti dapat mengumpulkan data kembali. Dengan demikian, analisis data yang dihasilkan cukup matang dan layak untuk diterima.

Data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti melalui wawancara, dan studi serta dokumentasi pustaka dikelompokkan sesuai permasalahan penelitian dan disajikan dalam data reduksi. Selanjutnya, untuk memudahkan pembahasan penelitian peneliti membuat penyajian data sesuai dengan data yang dikumpulkan dan telah dikelompokkan sesuai permasalahan. Peneliti memahami penyajian data untuk memudahkan dalam analisis data. Setelah data dianalisis, peneliti membuat kesimpulan dari analisis data.

Metode analisa seperti ini merupakan model interaksi yang dapat digambarkan dalam skema siklus menurut Miles & Huberman berikut :



Gambar 1.3
Diagram Model Analisa Interaktif⁴¹

BAB II
DESKRIPSI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET

A. Universitas Sebelas Maret Surakarta

Dalam usianya yang lebih dari tiga dasa warsa UNS-Solo telah berkembang menjadi salah satu universitas yang terpandang di Indonesia. Berbagai fasilitas dan infrastruktur tersedia relative lengkap dan cukup memadai. Pengembangan program studi, peningkatan kualitas SDM serta peningkatan peran serta unit-unit penunjang

⁴¹ Ibid, hal. 20

serta lembaga juga telah memberikan hasil yang signifikan bagi kemajuan kelembagaan.

Keberhasilan yang lebih utama dari *outcome* dari semua itu telah tampak dari semakin meningkatnya kualitas lulusan yang ditandai dengan semakin meningkatnya rata-rata Indeks Prestasi Kumulatif (IPK), Angka Efisiensi Edukasi (AEE), dan lulusan berpredikat *cumlaude* serta semakin memendeknya masa studi. Karena itulah, alumni UNS telah banyak terserap di dunia kerja dan tersebar ke seluruh Indonesia seta mulai banyak menempati posisi penting di masyarakat. Di bidang riset, prestasi yang diraih dalam ajang hibah kompetisi juga semakin meningkat. Jalinan kerjasama UNS-Solo dengan berbagi lembaga baik di dalam maupun di luar negeri juga semakin meningkat dan memberikan hasil yang signifikan.

Semua hal di atas tentunya belumlah cukup, untuk itu pengembangan UNS ke depan diarahkan untuk menghasilkan *world class people*. Kebijakan pokok yang dijalankan adalah menerapkan dengan sungguh-sungguh Paradigma Baru Manajemen Pendidikan Tinggi, yaitu : penjaminan kualitas, otonomi, akuntabilitas, akreditasi, dan evaluasi kinerja secara berkelanjutan. Agar pengembangan dan keberhasilan UNS dapat dicapai secara merata, maka sebagai landasan arah pengembamngan dan kebijakan tersebut UNS menerapkan *corporate management* secara sungguh-sungguh di setiap unit kerja. Dengan demikian akan terjalin kerjasama secara sinergis dan tepadu antar unit (*cohensiveness*), bersama-sama meningkatkan kemandirian (otonomi), serta terjaminnya akuntabilitas dan *quality assurance* di semua bidang.

Untuk menyelenggarakan program pendidikan yang berkualitas, UNS-Solo didukung lebih dari 1600 dosen, dimana 4% diantaranya adalah guru besar, serta sebanyak 72,9% berpendidikan Strata-2 maupun Strata-3. UNS-Solo juga didukung lebih kurang 900 tenaga

administrasi yang cukup profesional. Keseluruhan sumber daya manusia tersebut menjadi asset yang berharga untuk menggerakkan roda organisasi menuju terwujudnya visi, misi dan tujuan yang telah ditetapkan.

Sampai saat ini UNS-Solo telah memiliki sembilan fakultas dan satu program pascasarjana. UNS-Solo menawarkan lebih dari 151 program studi, mulai dari program diploma, S1, S2, dan program profesi, program pendidikan dokter spesialis sampai dengan program Doktor. Semuanya ditunjang dengan fasilitas yang memadai: laboratorium yang bersertifikasi, laboratorium bahasa dengan fasilitas Self Access Centre, dan perpustakaan yang dikelola secara komputerise dan berbasis teknologi informasi modern seperti *teleconference* maupun *web base learning*. Total jumlah mahasiswanya saat ini mencapai 27.500 orang.

Alumni UNS telah tersebar ke seluruh Indonesia dan mulai banyak menempati posisi penting di masyarakat. Jumlah total alumni UNS sampai saat ini telah mencapai lebih dari 85.000 alumni.

UNS-Solo selain terus berusaha meningkatkan kualitas pembelajaran, sebagai implementasi dharma yang kedua dan ketiga Tridharma Perguruan Tinggi, UNS juga terus berusaha meningkatkan kualitas produk penelitian dan pengabdian pada masyarakat. Upaya ini telah memberikan hasil yang cukup baik, pada tahun ini UNS berhasil memenangkan 40% dari 209 proposal penelitian kompetitif yang diajukan. Selain itu, juga berhasil meraih dana penelitian/pengabdian dari dana kemitraan dan kerja sama dengan Diknas Propinsi Jawa Tengah. Upaya peningkatan kualitas penelitian dan pengabdian pada masyarakat terus dilakukan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM). Dalam melaksanakan tugasnya LPPM didukung 16 Pusat Studi yang menjadi bawahannya.

1. Sejarah perkembangan Universitas Sebelas Maret

Universitas Sebelas Maret berdiri sejak 11 Maret 1976, yang awalnya merupakan gabungan dari 5 perguruan tinggi yang ada di Surakarta. Penggabungan beberapa perguruan tinggi tersebut, mempunyai satu tujuan yang besar, yakni meningkatkan kualitas pendidikan tinggi di Surakarta.

Setelah 5 tahun melakukan konsolidasi, UNS mempersiapkan diri untuk memulai proses perkembangannya. Pembangunan secara fisik dimulai pada tahun 1980. Di bawah kepemimpinan Dr. Prakosa, kampus yang semula terletak di beberapa tempat disatukan dalam suatu kawasan. Lokasi tersebut adalah di daerah Ketingan, di tepi Sungai Bengawan Solo, dengan cakupan area sekitar 60 hektar. Di daerah Ketingan inilah, pembangunan kampus tahap pertama berakhir pada tahun 1985.

Pembangunan fisik kampus yang tergolong cepat, juga diimbangi dengan perkembangan di sektor yang lain. Tahun 1986, Prof. Dr. Koento Wibisono selaku rektor berikutnya, melakukan peletakan dasar-dasar percepatan pertumbuhan. Pada masa ini, perubahan telah terjadi, seperti perkembangan yang cukup bagus dalam bidang akademik dan jumlah staf, juga dalam penguatan infrastruktur kampus.

Setelah Prof. Haris Mudjiman, Ph.D menjadi rektor berikutnya, percepatan UNS dimulai untuk melangkah ke arah yang lebih baik. Semangat dan komitmen yang tinggi untuk melakukan perubahan sangatlah dibutuhkan untuk membuat kemajuan di setiap sisi kehidupan UNS. Efek dari perubahan tersebut sangatlah mengesankan.

Sekarang ini, UNS Solo merupakan universitas muda dengan pertumbuhan yang luar biasa. Dengan berbagai potensi yang ada, misal seperti dokter bedah kulit dengan reputasi nasional (Fakultas Kedokteran), penemuan starbio dan padi tahan garam

(Fakultas Pertanian), dan beberapa kemajuan yang terjadi di setiap fakultas dan unit-unit kerja lainnya. UNS juga melakukan langkah maju dalam perkembangan teknologi informasi. Dengan ekspansi jaringan teknologi informasi yang lebih besar lagi, Pusat Komputer UNS Solo membuat torehan sejarah UNS dalam buku kemajuan dan perkembangan UNS. Torehan-torehan sejarah yang lebih mengesankan lainnya akan terjadi seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan universitas ini.

2. Lokasi Geografis Universitas Sebelas Maret

Jl. Ir. Sutami 36 A Surakarta

3. Visi Misi

Visi

Universitas Sebelas Maret menjadi Pusat Pengembangan Ilmu, Teknologi, dan Seni yang Unggul di Tingkat Internasional dengan Berlandaskan pada Nilai-Nilai Luhur Budaya Nasional

Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang menuntut pengembangan diri dosen dan mendorong kemandirian mahasiswa dalam memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap.
- 2) Menyelenggarakan penelitian yang mengarah pada penemuan baru di bidang ilmu, teknologi, dan seni.
- 3) Menyelenggarakan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang berorientasi pada upaya pemberdayaan masyarakat.

Tujuan

- 1) Menciptakan lingkungan yang mendorong setiap warga kampus mau belajar guna mengembangkan kemampuan diri secara optimal;
- 2) Menghasilkan lulusan yang bertaqwa kepada Tuhan yang Maha Esa dan berbudi luhur; cerdas, terampil, dan mandiri; serta sehat jasmani, rohani, dan sosial;
- 3) Melahirkan temuan-temuan baru di bidang ilmu, teknologi, dan seni yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah dalam masyarakat dan untuk membangun kehidupan yang lebih baik;
- 4) Mendiseminasikan hasil pendidikan dan pengajaran serta penelitian kepada masyarakat sehingga terjadi transformasi secara terus menerus menuju kehidupan yang lebih modern;
- 5) Menggali dan mengembangkan nilai-nilai luhur budaya nasional sebagai salah satu landasan berpikir, bersikap, dan berperilaku dalam kehidupan, baik di dalam maupun di luar kampus;
- 6) Mengembangkan pranata kehidupan yang lebih beradab menuju terciptanya masyarakat yang makin cerdas, terampil, mandiri, demokratis, damai, dan religius;
- 7) Mendukung terciptanya kehidupan berbangsa dan bernegara yang berdaulat, bersatu, adil, dan makmur;
- 8) Menjadikan Universitas Sebelas Maret perguruan tinggi yang unggul di kawasan Asia Pasifik pada tahun 2015.

4. Lambang Universitas Sebelas Maret



Gambar I.1

B. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta

1. Sejarah perkembangan FISIP UNS

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret (FISIP-UNS) berdiri pada tahun 1976, bersamaan dengan diresmikan berdirinya Universitas Negeri Surakarta Sebelas Maret yang dikukuhkan dengan Keputusan Presiden RI Nomor : 10 Tahun 1976. FISIP-UNS termasuk salah satu diantara sembilan Fakultas di lingkungan UNS.

Pada saat berdiri nama FISIP-UNS adalah Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dan memiliki dua jurusan, yaitu Jurusan Administrasi Negara dan Jurusan Publisistik. Baru pada tahun 1982, berdasarkan SK Presiden RI Nomor : 55 Tahun 1982 tentang ?Susunan Organisasi Universitas Sebelas Maret?, nama Fakultas dirubah menjadi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret (FISIP-UNS). Kemudian berdasarkan SK Mendikbud RI Nomor : 017/0/1983, tertanggal 14 Maret 1983 nama Jurusan juga berubah, menjadi Jurusan Ilmu Administrasi dan Jurusan Ilmu Komunikasi.

Dengan keluarnya SK Mendikbud RI Nomor : 055/0/1983 tanggal 8 Desember 1983 tentang Jenis dan Jumlah Jurusan pada Fakultas di Lingkungan Universitas Sebelas Maret?, FISIP-UNS menambah satu Jurusan baru, yaitu Jurusan Mata Kuliah Dasar Umum (MKDU). Jurusan ini khusus melayani Mata Kuliah Dasar Umum di semua

Program Studi (Prodi) di lingkungan Universitas Sebelas Maret dan berada di bawah tim MKDU Universitas Sebelas Maret.

Berdasarkan Surat Keputusan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Dirjen Dikti) Departemen Pendidikan dan Kebudayaan R.I (SK Dirjen Dikti Depdikbud) Nomor : 27/Dikti/Kep./1986 tanggal 29 Mei 1986, di FISIP-UNS dibentuk Program Studi Sosiologi yang mengawali programnya pada semester Juli-Desember 1986. Terakhir dengan SK Dirjen Dikti Nomor : 66/Dikti/Kep./1998, tanggal 2 Maret 1998 Program Studi Sosiologi menjadi Jurusan Sosiologi yang merupakan Program Sarjana (S1) dan berada dibawah Dekan. Kemudian Jenis dan jumlah Prodi di setiap Jurusan pada Fakultas-Fakultas di lingkungan UNS juga ditata/dibakukan berdasarkan SK Dirjen Dikti Depdikbud R.I. Nomor : 222/Dikti/Kep./1996 tentang ?Program Studi pada Program Sarjana di Lingkungan Universitas Sebelas Maret. Prodi untuk Jurusan Ilmu Administrasi dan Jurusan Ilmu Komunikasi masing-masing adalah Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi.

2. Visi dan Misi FISIP UNS

Visi

Mengembangkan konsep-konsep dan teori-teori keilmuan social dan politik yang sesuai dengan perubahan masyarakat baik pada tingkat global, regional, nasional maupun lokal. Dengan demikian terjadi link and match antara perguruan tinggi dengan masyarakat penggunaanya.

Misi

- 1) Menghasilkan sarjana ilmu sosial dan ilmu politik yang memiliki power of reasoning, kepakaran dalam bidang penelitian, keahlian dalam menerapkan ilmu pengetahuan bagi kemaslahatan manusia.
- 2) Menghasilkan sarjana yang sujana (Berbudi luhur) yang memiliki kepekaan (Sensitive) dan kepedulian sosial, khususnya terhadap masyarakat miskin, tidak berdaya, tidak mempunyai hak suara dan tertindas.
- 3) Meningkatkan kualitas dan profesionalisme tenaga akademik dan tenaga administrasi
- 4) Menumbuhkembangkan suasana ilmiah dan terbentuknya pola sikap budaya keilmuan di kalangan sivitas akademika
- 5) Melengkapi sarana penunjang bagi kegiatan proses belajar mengajar
- 6) Meningkatkan sistem pembinaan penalaran, minat dan bakat, serta kesejahteraan mahasiswa
- 7) Melengkapi sarana penunjang bagi kegiatan mahasiswa
- 8) Peningkatan mutu profesionalisme organisasi mahasiswa
- 9) Peningkatan mutu dan pembinaan mahasiswa melalui berbagai media.

Tujuan

- 1) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yaitu dosen, karyawan dan mahasiswa
- 2) Melaksanakan pemberdayaan fakultas dan jurusan dalam rangka menuju otonomi kampus
- 3) Menjalin kerjasama dengan berbagai pihak baik pemerintah maupun swasta baik dalam negeri maupun luar negeri.
- 4) Menjadikan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sebagai pusat kegiatan ilmiah

- 5) Mewujudkan cita-cita Universitas Sebelas Maret (UNS) sebagai teaching university menuju research university.

3. Program akademik

Program Diploma

- 1) [Program Studi Komunikasi Terapan](#)
 - Minat Utama Penyiaran (Broadcasting)
 - Minat Utama Periklanan (Advertising)
 - Minat Utama Humas (Public Relations)
- 2) [Program Studi Manajemen Administrasi](#)
- 3) [Program Studi Perpustakaan](#)

Program Sarjana

- 1) Jurusan Ilmu Administrasi
 - [Administrasi Negara](#)
- 2) Jurusan Ilmu Komunikasi
 - [Komunikasi Massa](#)
- 3) Jurusan Sosiologi
 - Sosiologi

Program Pasca Sarjana

- 1) Pasca Sarjana Komunikasi
 - Konsentrasi Manajemen komunikasi
 - Konsentrasi teori dan penelitian komunikasi
- 2) Magister Administerasi publik
- 3) Magister Sosiologi.

4. Lokasi geografis FISIP/PETA FISIP



Gambar I.2

5. Sarana dan Prasarana pendidikan

- Gedung Kuliah



Gambar I.3

- Laboratorium



Gambar I.4

- Perpustakaan



Gambar I.5

Perpustakaan berfungsi memberikan layanan informasi kepada mahasiswa, dosen dan karyawan dalam menjalankan tugas-tugas Tri Darma Perguruan Tinggi yang mencakup pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Terdapat 2466 judul buku dan 65 judul jurnal dengan jumlah buku 6220 eksemplar dan 137 eksemplar jurnal.

- **Free Hotspot Area**



Gambar I.7

Anda sudah dapat menggunakan Notebook/Laptop/PDA Anda, untuk mengakses internet berkecepatan tinggi dengan menggunakan hotspot yang sudah dipasang di FISIP. Perangkat wifi ini dipasang di gedung 3 lantai 2 didepan ruang I dengan jangkauan maksimal 100 meter. Untuk bisa menggunakannya, silakan daftar dulu ke (hubungi) admin lab komputer (Mas Didit).Gratis.

6. Akreditasi prodi



Gambar I.8

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNS

1. Kondisi Jurusan FISIP UNS

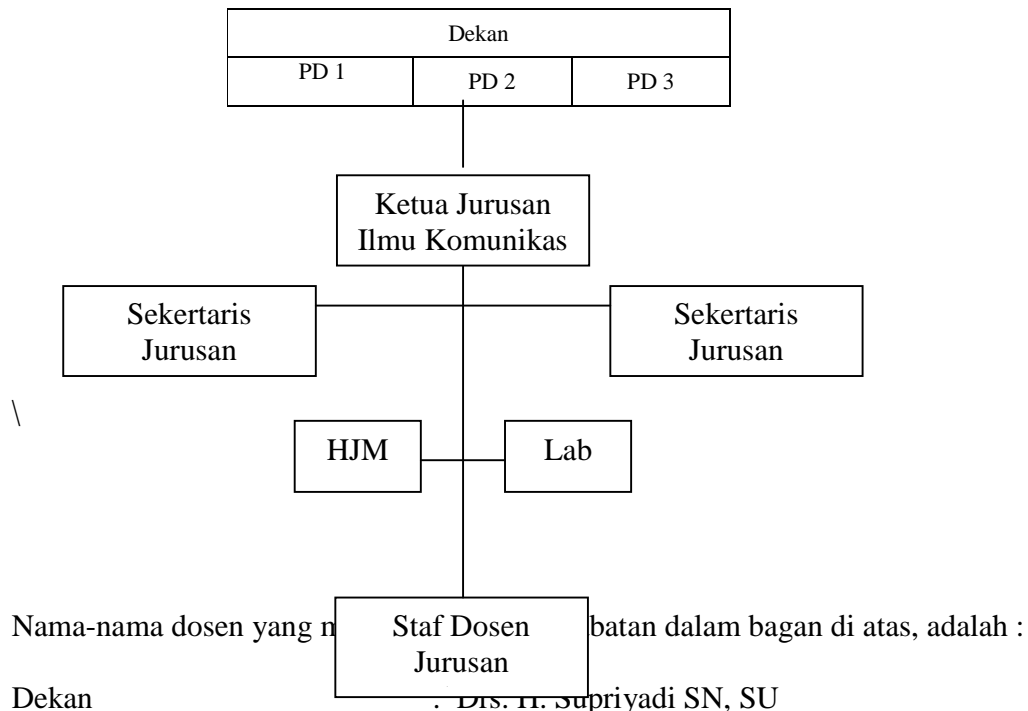
Jurusan komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret telah terakreditasi “A”. Status ini bermakna bahwa jurusan memiliki seluruh kualifikasi ideal dalam pengoperasian baik proses maupun sistem yang dijalankan perguruan tinggi sesuai dengan standar Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Republik Indonesia. Tercapainya akreditasi “A” bagi jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNS tidak lepas dari dukungan staf pengajar yang berkualitas.

Dengan adanya staf pengajar yang berkualitas diharapkan dapat membimbing para mahasiswa yang jumlahnya dari tahun ke tahun berubah. Perubahan yang terjadi terkait dengan penerimaan mahasiswa baru dan para mahasiswa yang telah lulus tempuh pendidikan.

2. Struktur Organisasi

Jurusan adalah unsur pelaksana fakultas dibidang studi tertentu yang berada di bawah Dekan. Jurusan dipimpin oleh seorang Ketua Jurusan yang dipilih dari antara Dosen menurut peraturan perundangan. Dalam melakukan tugas sehari-hari, ketua jurusan dibantu oleh seorang Sekretaris Jurusan. Ketua jurusan membawahi program studi yang terselenggara di jurusan yang dipimpin oleh seorang Ketua Program Studi.

GAMBAR I.9
STRUKTUR ORGANISASI
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET



Ketua Jurusan : Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D

Ketua Jurusan S1 Reguler : Drs. Hamid Arifin, M.Si

Ketua Jurusan S1 Non Reguler : Drs. Surisno S. Utomo, M.Si

C. Program S-1 Non Reguler FISIP UNS

Perguruan tinggi merupakan lembaga pendidikan tinggi yang bertujuan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan cara meningkatkan ketrampilan, pengetahuan dan etika mereka secara sistematis dan terstruktur. Sasaran dan tujuan tersebut adalah semua anggota civitas akademik, baik yang ikut terlibat langsung dalam proses belajar-mengajar di perguruan tinggi yang bersangkutan, maupun anggota masyarakat yang lain yang terkena dampaknya melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat.

Daya tampung perguruan tinggi negeri (PTN) yang terbatas menyebabkan tidak tertampungnya semua anggota masyarakat yang berpotensi dan berminat untuk belajar di PTN. meningkatkan daya tampung terkadang bukan alternatif yang bagus, karena akan semakin menambah beban yang harus ditanggung oleh pemerintah, baik yang berupa sarana / prasarana, maupun biaya operasional penyelenggaraan pendidikan.

Penyelenggaraan Program S-1 Non Reguler merupakan alternatif yang sangat tepat dan strategi untuk mengatasi masalah tersebut diatas. Atas dasar itulah, maka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret menyelenggarakan/membuka Program S-1 Non Reguler Jurusan Ilmu Administrasi, Ilmu Komunikasi dan Sosiologi.

Program tersebut dimaksudkan untuk memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada masyarakat yang sudah bekerja, baik di instansi pemerintah maupun swasta, guna meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan mereka.

1. Visi dan Misi Program S-1 Non Reguler Jurusan Komunikasi FISIP UNS

VISI

Program S-1 Non Reguler di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNS dikembangkan dan diarahkan pada upaya peningkatan ketrampilan dan pengetahuan di bidang ilmu sosial dan ilmu politik, dan lebih khusus lagi pada bidang keilmuan Administrasi, Komunikasi dan Sosiologi sehingga lebih mampu memberikan kontribusi terhadap proses pembangunan nasional, terutama dalam hal perencanaan, pelaksanaan sampai pada monitoring dan evaluasi. Secara tidak langsung kemampuan demikian akan sangat membantu dalam memacu proses pembangunan di Indonesia, khususnya dalam meningkatkan dan melembagakan tertib administrasi maupun menciptakan iklim

komunikasi yang kondusif, baik di lingkungan instansi tempat kerja maupun di masyarakat.

MISI

Dengan harapan-harapan yang tertuang dan visi tersebut diatas, maka misi yang diemban oleh Program S-1 Non Reguler FISIP UNS adalah sebagai berikut :

- Meningkatkan pemerataan kesempatan belajar pada jenjang program sarjana (S-1).
- Memberi wawasan yang lebih luas agar lebih profesional dalam menangani masalah-masalah pembangunan.
- Meningkatkan kemampuan bagi yang sedang/telah/pekerja sehingga dapat memperoleh jenjang pendidikan S-1 sesuai dengan bidang ilmu yang dipelajarinya.

2. Sistem Pendidikan S-1 Non Reguler Jurusan Komunikasi FISIP UNS

Sistem pendidikan S-1 Non Reguler Jurusan Komunikasi FISIP UNS adalah sistem kredit, dimana sistem penyelenggaraan pendidikan yang terdiri dari beban studi mahasiswa serta beban kerja tenaga pengajar dinyatakan dalam kredit (SKS-Sistem Kredit Semester). Sistem ini diatur dalam SK Rektor UNS No. 177 / PT 40.11/921.

Jumlah SKS untuk menyelesaikan studi sekurang-kurangnya 144 SKS dan sebanyak-banyaknya 154 SKS (Jumlah SKS tersebut termasuk yang berasal dari capaian di perguruan tinggi asal / akademi asal).

3. Akreditasi Akademik

- a. Akreditasi akademik adalah penetapan mata kuliah yang telah dicapai dan harus diambil oleh mahasiswa.

- b. Akreditasi akademik berlaku untuk peserta yang berasal dari Sarjana Muda/Akademi/Diploma dan yang setara dengan PTN/PTS asal.
- c. Akreditasi ditetapkan dengan bentuk pengakuan atau pembebasan (diloloskan)
- d. Pengakuan dilakukan terhadap mata kuliah yang memiliki bobot SKS yang sama dan sesuai dengan kurikulum fakultas.
- e. Mata kuliah yang dapat diakreditasi adalah mata kuliah yang memiliki nilai minimal C.
- f. Pembebasan / pengakuan dengan hanya menilai dari salah satu transkrip yang diajukan oleh calon mahasiswa.

4. Perkuliahan S-1 Non Reguler Jurusan Komunikasi FISIP UNS

- a. Setiap tahun dibagi dalam dua semester (semester ganjil dan genap), dan dilaksanakan sesuai dengan kalender akademik universitas yang ditetapkan oleh Surat Keputusan Rektor.
- b. Setiap awal semester mahasiswa diwajibkan mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) dengan persetujuan Pembimbing Akademik (PA), sebagai syarat untuk mengikuti perkuliahan. KRS tersebut rangkap 3 (tiga), dengan rincian 1 (satu) untuk mahasiswa yang bersangkutan, 1(satu) diserahkan ke bagian pengajaran; dan 1 (satu) diserahkan pada PA.
- c. Perubahan kurikulum ke Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK) sebenarnya bertujuan perbaikan mutu pendidikan di Indoensia, mengingat dalam KBK berorientasi pada pemberian keterampilan dan keahlian bertahan hidup dalam perubahan, pertentangan, ketidakmenentuan, ketidakpastian, dan kesulitan dalam

kehidupan dengan kata lain bagaimana aplikasi materi pembelajaran dalam kehidupan sehari-hari peserta didik.

Kurikulum berbasis kompetensi merupakan kerangka inti yang memiliki empat komponen dasar yaitu: Kurikulum dan Hasil Belajar, Penilaian Berbasis Kelas, Kegiatan Belajar Mengajar, dan Pengelolaan Kurikulum Berbasis sekolah

- Kurikulum Hasil Belajar (KHB)

Memuat perencanaan pengembangan peserta didik yang perlu dicapai secara keseluruhan. Kurikulum dan hasil belajar ini memuat kompetensi, hasil belajar, dan indikator dari mahasiswa. KHB memberikan suatu rentang kompetensi dan hasil belajar siswa yang bermanfaat bagi dosen pendidikan untuk menentukan apa yang harus dipelajari oleh siswa, bagaimana seharusnya mereka dievaluasi, dan bagaimana pembelajaran disusun.

- Penilaian Berbasis Kelas (PBK)

Memuat prinsip, sasaran, dan pelaksanaan penilaian berkelanjutan yang lebih akurat dan konsisten sebagai akuntabilitas publik melalui penilaian terpadu dengan kegiatan belajar mengajar di kelas (berbasis kelas) dengan mengumpulkan kerja siswa (portofolio), hasil karya (produk), penugasan (proyek), kinerja (performance), dan tes tertulis. Penilaian ini mengidentifikasi kompetensi/hasil belajar yang telah dicapai, dan memuat pernyataan yang jelas tentang standar yang harus dan telah dicapai serta peta kemajuan belajar siswa dan pelaporan.

- Kegiatan Belajar Mengajar

Memuat gagasan-gagasan pokok tentang pembelajaran dan pengajaran untuk mencapai kompetensi yang ditetapkan serta gagasan-gagasan pedagogis dan andragogis yang mengelola pembelajaran agar tidak mekanistik

- Pengelolaan Kurikulum Berbasis sekolah

Memuat berbagai pola pemberdayaan tenaga kependidikan dan sumber daya lain untuk meningkatkan mutu hasil belajar. Pola ini dilengkapi dengan gagasan pembentukan jaringan kurikulum, pengembangan perangkat kurikulum (antara lain silabus), pembinaan profesional tenaga kependidikan, dan pengembangan sistem informasi kurikulum.

5. Organisasi Kemahasiswaan

Aktivitas dalam lingkungan fisip Universitas UNS terpusat dalam dewan perwakilan mahasiswa atau DPM dan lembaga eksekutif mahasiswa beserta badan-badan bawahnya.

Dewan perwakilan mahasiswa atau DPM dan lembaga mahasiswa eksekutif atau LEM merupakan perwakilan mahasiswa yang terbentuk secara demokratis berdasarkan pemilihan oleh mahasiswa. Pada prinsipnya setiap mahasiswa berhak memilih dan dipilih sebagai anggota LEM atau BEM. Satu periode pengurusan berjangka waktu satu tahun.

a. Bidang I : pendidikan dan penalaran membawahi :

- 1) Departemen pendidikan dan organisasi badan ini tidak memiliki badan dibawahnya.
- 2) Departemen penalaran dan pengabdian masyarakat

Badan ini memiliki satu badan dibawahnya yaitu forum diskusi mahasiswa atau fodisma. Forum ini berusaha mengembangkan dan meningkatkan penalaran serta cakupan pengetahuan mahasiswa.

3) Departemen penerangan dan humas membawahi

a) Visi

Merupakan wadah kegiatan mahasiswa FISIP UNS yang bergerak dalam bidang penerbitan para mahasiswa FISIP UNS.

b) Kine klub

Merupakan badan yang beranggotakan mahasiswa yang menaruh minat pada dunia sinematografi. Aktifitas utamanya adalah menyelenggarakan diskusi seputar film, pemutaran film, dan membuat dokumentasi untuk berbagai kegiatan.

c) Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ)

Aktifitas utamanya adalah menyelenggarakan diskusi dan open talk untuk mahasiswa administrasi Negara, tergabung dalam Himpunan Administrasi Negara (HIMAGARA), mahasiswa ilmu komunikasi tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Kominikasi (HIMAKOM) dan mahasiswa sosiologi tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Sosiologi (HIMASOS).

b. Bidang II : minat dan bakat membawahi :

1. Departemen pendidikan dan organisasi badan ini tidak memiliki badan dibawahnya.

a. MAHAFISIPA

Badan ini berusaha menampung kegiatan atau hobi mahasiswa yang berkaitan dengan kepencaharian alam

b. OLAHRAGA

Badan ini menampung minat dan bakat mahasiswa yang memiliki kemampuan di bidang olahraga, terutama cabang sepak bola, bola volley dan bola basket.

2. Departemen seni dan budaya, membawahi :

a. Teater SOPO

Badan ini menampung minat dan bakat mahasiswa di bidang teater dan seni pertunjukan. Kegiatan diantaranya adalah latihan-latihan teater, pentas teater dan diskusi masalah dunia teater.

b. FISIP Fotografi Club / FFC

Badan ini beranggotakan mahasiswa memiliki minat di dunia fotografi. Aktivitas utamanya adalah praktek foto, teknik fotografi, pameran karya, serta diskusi seputar fotografi

c. Kelompok paduan suara FISIP UNS

Merupakan wadah kegiatan mahasiswa yang aktivitasnya adalah mengadakan pelatihan olah suara, mengisi acara-acara di kampus seperti wisuda dan mengikuti festival paduan suara.

d. FISIP Grigade Seni / FIBRASI

Merupakan wadah kegiatan termuda di FISIP. beranggotakan mahasiswa yang memiliki minat dan Hobi di bidang Musik.

D. Karakteristik Informan

Mahasiswa yang akan menjadi subyek/sampel penelitian kali ini adalah mahasiswa Komunikasi Non Reguler dengan karakteristik khusus yaitu mahasiswa Komunikasi Non Reguler yang masih aktif mengikuti perkuliahan dan pernah menggunakan facebook. Didalam wawancara kepada responden memuat beberapa pertanyaan mengenai penggunaa facebook.

Daftar Informan Penelitian

Nama Informan	Usia	Angkatan	Jurusan
Ari subagya	25	2007	Komunikasi Non-Reg FISIP UNS
Basuki	24	2007	Komunikasi Non-Reg FISIP UNS
Ika charo	24	2007	Komunikasi Non-Reg FISIP UNS
Ika putri	26	2007	Komunikasi Non-Reg FISIP UNS
Dhita Ayu	25	2008	Administrasi Non-Reg FISIP UNS
Melia	24	2008	Administrasi Non-Reg FISIP UNS
Vety	24	2008	Administrasi Non-Reg FISIP UNS
Siska	24	2008	Administrasi Non-Reg FISIP UNS
Ardi	23	2008	Sosiologi Non-Reg FISIP UNS
Febri	23	2008	Sosiologi Non-Reg FISIP UNS
Rara	23	2008	Sosiologi Non-Reg FISIP UNS
Tisa	24	2008	Sosiologi Non-Reg FISIP

BAB III

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

Proses selektifitas atau yang sering dikenal sebagai terpaan selektif (*selective exposure*), adalah suatu kecenderungan untuk memilih saluran komunikasi yang akan menegaskan pendapat, sikap dan nilai-nilai individu. Proses selektivitas di sini, mencakup tentang penggunaan facebook sebagai media komunikasi jejaring sosial dalam pertemanan dan pemahaman terhadap facebook. Pemahaman terhadap facebook berawal dari pengenalan mereka pada penggunaan facebook. Selain itu, pemahaman juga berhubungan dengan perhatian informan dalam penggunaan facebook. Perhatian dapat diamati dari intensitas dan penyediaan waktu khusus yang disediakan untuk log in facebook. Dalam menggunakan facebook, informan bersifat aktif dan selektif yang dapat mempengaruhi tingkat persepsi mereka.

Dalam hal ini, persepsi informan terhadap penggunaan facebook merupakan efek dari proses komunikasi yang timbul dari proses mental individu karena adanya stimulus. Proses mental dalam hal ini adalah proses selektifitas pada diri informan dalam memenuhi kebutuhan jejaring sosial dalam pertemanan.

1. Data Informan Penelitian

Pada penelitian ini, informan yang dipilih merupakan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Seluruh informan pernah menggunakan facebook, artinya semua informan pernah menggunakan facebook untuk memenuhi kebutuhan informasi.

1. Ari Subagya (Informan 1)

Mahasiswa komunikasi Non-reguler FISIP UNS angkatan 2007, berumur 25 tahun. Keinginannya untuk menggunakan facebook Dapat mengetahui kabar dari teman yang lama tak berjumpa, selain itu kita juga ingin mencari hal-hal yang terbaru saat ini.

2. Basuki (Informan 2)

Mahasiswa komunikasi Non-reguler FISIP UNS angkatan 2007, berumur 24 tahun. Keinginannya untuk menggunakan facebook hanya cuma sekedar trend an menambah teman.

3. Ika charo (Informan 3)

Mahasiswa komunikasi Non-reguler FISIP UNS angkatan 2007, berumur 24 Tahun. Keinginannya untuk menggunakan facebook mampu memberikan berbagai informasi tentang kabar dari teman-teman, selain itu disisi lain karena pengaruh tren.

4. Ika putri (Informan 4)

Mahasiswa komunikasi Non-reguler FISIP UNS angkatan 2007, berumur 26 tahun. Keinginannya untuk menggunakan facebook merupakan semata-mata wadah untuk menjaring

pertemanan. Melalui Facebook orang dapat dan ingin berkomunikasi dengan kawan-kawan mereka.

5. Dhita Ayu (Informan 5)

Mahasiswa Administrasi Non-reguler FISIP UNS angkatan 2008, berumur 25 tahun. Keinginannya untuk menggunakan facebook karena kebutuhan untuk memperbanyak teman.

6. Melia (Informan 6)

Mahasiswa Administrasi Non-reguler FISIP UNS angkatan 2008, berumur 24 tahun. Keinginannya untuk menggunakan facebook karena senang mencari hal yang terbaru saat ini.

7. Vety (Informan 7)

Mahasiswa Administrasi Non-reguler FISIP UNS angkatan 2008, berumur 24 tahun. Keinginannya untuk menggunakan facebook lebih ke informasi tentang teman lama.

8. Siska (Informan 8)

Mahasiswa Administrasi Non-reguler FISIP UNS angkatan 2008, berumur 24 tahun. Keinginannya untuk menggunakan facebook silaturahmi dengan teman teman lama.

9. Ardi (Informan 9)

Mahasiswa Sosiologi Non-reguler FISIP UNS angkatan 2008, berumur 23 tahun. Keinginannya untuk menggunakan facebook krena tren sekedar pengen tahu saja.

10. Febri (Informan 10)

Mahasiswa Sosiologi Non-reguler FISIP UNS angkatan 2008, berumur 23 tahun.
Keinginannya untuk menggunakan facebook karena kepingin tahu kabar teman teman lama.

11. Rara (Informan 11)

Mahasiswa Sosiologi Non-reguler FISIP UNS angkatan 2008, berumur 23 tahun.
Keinginannya untuk menggunakan facebook karena sekedar pengen menambah teman saja.

12. Tisa (Informan 12)

Mahasiswa Sosiologi Non-reguler FISIP UNS angkatan 2008, berumur 24 tahun.
Keinginannya untuk menggunakan facebook karena sekedar main game online yang dapat terhubung orang banyak.

2. Motivasi dan Perhatian facebook sebagai media komunikasi jejaring sosial dalam pertemanan

Facebook kalau kita sering mendengar istilah dua sisi mata uang yang sering dipakai untuk menganalogikan suatu hal yang memiliki dampak positif dan negatif, sebenarnya ini berlaku untuk semua hal, termasuk internet. Internet sebagai bagian dari perkembangan teknologi yang pesat pertumbuhannya, internet yang pada awalnya memberikan perubahan pada bentuk komunikasi kita sebagai manusia, sekarang sudah memberikan fungsi baru sebagai

hiburan dan sumber informasi. Adanya penggunaan facebook dari responden dapat memberikan gambaran tentang seberapa sering informan dalam menggunakan facebook.

a. Aktivitas Informan menggunakan facebook.

Persepsi seseorang terhadap suatu objek harus melalui proses pengenalan terlebih dahulu. Dengan pengenalan terhadap suatu objek, seseorang dapat mendeskripsikan segala hal yang berkaitan dengan objek tersebut. Pengenalan terhadap facebook, merupakan awal dari pemahaman dan dapat dilihat dari seberapa sering informan menggunakan facebook.

Seperti apa yang diungkapkan Basuki sebagai berikut :

“Aku ndak begitu sering log in facebook, walaupun log in, itu pun aku selingin lihat buka situs lain, ya seperti dunlud video klip ato mp3 dan terus terang aku ndak punya waktu khusus, jadi ya ga tentu juga log in facebook.”

Pernyataan yang sama diatas maka Ardi senada juga menyatakan sebagai berikut :

“ya, ndak terlalu sering, Tapi saya sempat menggunakan facebook yaa cuma liat status-status teman, biasanya saya membuka facebook kalau online aja sih dan online aja kalau ada tugas kuliah, jadi saya tidak mempunyai waktu khusus untuk buka facebook.”

Ada juga pendapat yang mengatakan bahwa sering menggunakan facebook

Seperti yang diungkapkan Ika charo sebagai berikut :

“Ya mungkin sering kali ya, tapi aku cuma lihat lihat Status aja atau kalau ga ngomenin status orang lain juga sih aku sempetin log in facebook setiap hari sekitar 5x bisa aja sih”

Dari apa yang telah diungkapkan informan di atas, dapat dilihat bahwa informan menggunakan facebook hanya sebatas mengisi waktu luang ketika online internet.

b. Sisi yang menarik dari facebook

Menggunakan facebook biasanya diikuti dengan ketertarikan pada suatu obyek tertentu pada facebook tersebut. Dari sebuah ketertarikan akan memberikan kesan bahwa facebook tersebut mampu menyajikan bentuk fitur - fitur yang menarik. Sebuah ketertarikan akan mempengaruhi selektifitas informan dalam menggunakan facebook.

Dalam penggunaan facebook tersebut, pasti disesuaikan dengan keinginan yang ada dalam diri responden. Hal ini ditentukan oleh suatu bentuk fitur-fitur yang terdapat dalam facebook. Sisi yang membuat informan dan tertarik untuk menggunakan facebook dapat dilihat dari alasan yang menyebabkan mereka tertarik untuk menggunakan facebook dari fitur aplikasi game online

seperti yang diungkapkan Dhita sebagai berikut :

“Yang membuat tertarik dari facebook adalah game onlinenya, ya mungkin lebih asyik aja main game banyak orang daripada main game ndiri.”

Pendapat senada juga diungkapkan Ardi sebagai berikut :

“Saya tertarik facebook itu ada banyak game onlinenya, tampilanya ga ribet dan mudah dipahami sih menurut saya, trus kita dapat main game dengan banyak orang”

Serupa yang diungkapkan diatas maka Tisa juga mengatakan sebagai berikut :

“Mungkin game onlinnya yang menarik dalam facebook, digame tersebut saya bisa main game dengan banyak orang dan digamenya sendiri banyak pilihannya.”.

Selain dari apa yang telah diungkapkan keempat informan di atas, ada beberapa informan yang mendorong dirinya untuk menggunakan facebook karena adanya fitur chat dan sellingnya yang menarik, Seperti yang diungkapkan Ari sebagai berikut :

“Saya suka fitur facebooknya, karena menurut saya baru kali ini situs jejaring sosial ada fasilitas chatnya trus ada fitur selling juga kita dapat menawarkan barang seperti halnya online shop.”

Pendapat yang sama diatas diungkapkan Siska sebagai berikut :

“Mungkin saya tertarik dengan fitur selling dari Facebook agar sewaktu waktu bisa menawarkan barang kesemua teman-teman. Berbeda dengan Friendster yang cuma menyediakan buletin”.

Informan mengungkapkan beberapa pendapatnya mengenai sisi yang membuat mereka tertarik, yang berkaitan dengan fitur facebook dilihat dari segi aplikasi bisa menetag foto mereka ke teman temannya, seperti yang diungkapkan Basuki sebagai berikut :

“Didalam facebook terdapat fasilitas seperti tag foto jadi kita bisa mengirim foto kepada teman teman kita yang kita tuju sesuai dengan namanya sehingga dia tidak harus melihat account facebook saya, tinggal lihat pada koleksi foto dia”.

Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa sisi yang membuat informan tertarik untuk menggunakan facebook adalah :

- a. Adanya fasilitas game online dalam facebook
- b. Selling, Facebook memiliki fitur yang memungkinkan kita menawarkan barang atau jasa ke pengguna lainnya. Berbeda dengan Friendster yang cuma menyediakan buletine
- c. Tag Photo dengan fitur ini, maka saat foto bersama, sesama pengguna facebook bisa “tagging” atau menandai orang lain yang ada dalam foto tersebut, dan akan terkirim ke facebook orang yang di tag.

Kelebihan inilah yang menjadi daya tarik facebook sehingga disenangi oleh banyak kalangan. Berbeda dengan facebook, friendster yang lebih dahulu dikenal oleh masyarakat dan sempat memiliki pamor yang cukup besar, kini seolah tergeser oleh keberadaan facebook.

c. Motivasi Informan dalam menggunakan facebook

Dalam menggunakan facebook tentunya ada pengaruh yang mana menjadikan user sangat antusias atau termotivasi untuk menggunakan facebook. Dari hasil wawancara yang didapatkan menunjukkan bahwa informan yang menggunakan facebook karena terbawa oleh tren saat ini

Seperti yang diungkapkan Basuki sebagai berikut :

“Sebenarnya ga ada yang mempengaruhi tapi ya cuma sekedar pengen tau ajalah namanya juga anak muda ngikutin tren.”.

Pendapat senada yang diungkapkan Ika charo :

“Ga ada yang mempengaruhi tp disisi lain ngikuti tren juga keinginan untuk mengembangkan relasi yang lebih banyak ”

Serupa dengan pernyataan diatas maka Melia menyatakan sebagai berikut :

“Dalam hal ini saya tidak dipengaruhi orang lain karena saya senang mencari hal-hal yang terbaru saat ini”.

Selain dari apa yang telah diungkapkan ketiga informan di atas, ada beberapa informan yang mendorong dirinya untuk menggunakan facebook karena adanya suatu kebutuhan untuk mencari teman dan membangun komunitas baru,

seperti yang diungkapkan Ika putri sebagai berikut :

“Saya sendiri, karena saya membutuhkan informasi tentang teman teman lama yang pernah lose contact”

Pendapat senada juga diungkapkan oleh Dhita sebagai berikut :

“Yang mempengaruhi saya bikin facebook adalah teman dan salah satunya kebutuhan untuk memperbanyak teman ”

Dari pendapat-pendapat informan diatas, mereka menggunakan facebook selain mengetahui tentang informasi kabar teman-temannya mereka juga termotivasi karena tren saat ini.

d. Pendapat Informan tentang situs lain selain menggunakan facebook dalam memenuhi kebutuhan informasi.

Setiap informan memiliki perbedaan dalam penilaian sebuah obyek, termasuk dalam memilih kebutuhan dalam informasi. Karena ada juga media lain yang menyajikan kebutuhan dalam memenuhi informasi selain facebook.

Dari hasil wawancara dengan informan, mereka banyak yang membuka situs lain selain facebook, seperti google, youtube dan kaskus.

Seperti pendapat dari beberapa informan berikut ini, pendapat Ika charo menyatakan sebagai berikut:

“Ya pernahlah seperti google, sekedar mencari pengetahuan umum dan lowongan pekerjaan, bedanya kalau facebook dapat menambah teman atau menjaga hubungan baik tali silaturahmi dan online shop setahuku, kalau google mencari informasi tentang pengetahuan umum”.

Pendapat senada juga diungkapkan oleh Ika putri sebagai berikut :

“Pernah, mungkin Google sebagai situs yang sering dibuka selain Facebook. karena bagaimanapun untuk mendapat berbagai informasi kita tidak dapat memperolehnya melalui Facebook. Dengan Google kita bisa mendapat berbagai informasi yang dapat membantu kita untuk menyelesaikan berbagai permasalahan”.

Pendapat senada juga diungkapkan oleh Melia sebagai berikut :

“Ya pernah dunk, seperti google apa aja yang kita mau cari tinggal search digoogle sesuai kebutuhan informasi yang kita butuhkan, Kalau facebook sebagai sarana jejaring social pertemanan dan kalau google sebagai layanan informasi apa saja yang kita butuhkan”.

Ada juga pendapat yang mengatakan bahwa selain membuka facebook mereka membuka situs lain seperti youtube

Seperti pendapat dari beberapa informan berikut ini, pendapat Basuki menyatakan sebagai berikut :

“Pernah dunk, seperti youtube pembedanya untuk facebook ga bisa mencari dan download video klip sedangkan youtube khusus untuk mencari video klip gt aja sih”.

Pendapat senada juga diungkapkan Ardi sebagai berikut :

“Saya pernah membuka youtube. yaaa cuma liat videoklip aja sih, dan kalau ada yang bagus downlad. Yang membedakannya kalau facebook itu jejaring sosial pertemanan yahh. kalau aku cuma sebatas menambah teman dan bisa ktemu teman lama trus silaturahmi kalo youtube cenderung ke videoklip”.

Pendapat informan lain juga mengatakan bahwa selain membuka facebook mereka membuka situs lain seperti kaskus

Seperti pendapat dari informan berikut ini, pendapat Siska misalnya, : *“Pernah, seperti buka kaskus.com, Bedanya kalau facebook pastinya mengarah ke jejaring sosial pertemanan sedangkan kaskus.com merupakan situs informasi tentang jual –beli barang”*.

Ada juga pendapat yang mengatakan bahwa tidak pernah membuka media lain selain facebook saat online internet tetapi ada juga informan pernah membuka media lain yang serupa facebook seperti friendster.

Seperti yang diungkapkan Febri sebagai berikut :

“Tidak Pernah, ya pengen cari temen banyak itu sih kalau aku”.

Senada dengan jawaban diatas maka Rara menyatakan sebagai :

“Iya Pernah, seperti friendster, sama aja sih bisa terhubung dengan semua teman”.

3. Persepsi informan terhadap facebook sebagai media komunikasi jejaring sosial dalam pertemanan

Persepsi informan terhadap facebook sebagai media komunikasi jejaring sosial dalam pertemanan merupakan salah satu efek dari proses komunikasi, yaitu efek yang terjadi pada mahasiswa dari hasil penggunaan facebook efek tersebut berupa bentuk pernyataan yang diberikan oleh mahasiswa melalui proses penilaian dan penghayatan.

a. Facebook menjadi salah satu sumber informasi tentang jejaring sosial dalam pertemanan.

Setiap responden memiliki persepsi yang sama mengenai informasi yang didapat setelah menggunakan facebook.

seperti yang diungkapkan oleh Ari sebagai berikut :

“Dapat mengetahui kabar dari teman yang lama tak berjumpa, selain itu kita juga bisa berdiskusi dengan teman-teman maupun relasi yang lain untuk menambah pengalaman/tukar pikiran.”.

Pendapat senada juga diutarakan oleh Ika putri sebagai berikut:

“Kebutuhan log in Facebook merupakan semata-mata wadah untuk menjaring pertemanan. Melalui Facebook orang dapat dan ingin berkomunikasi dengan kawan-kawan mereka, mungkin itu menurut saya pribadi.”

Begitu juga pendapat senada Melia yang diungkapkan sebagai berikut:

“Dapat mengetahui kabar tentang saudara dan keluarga serta teman yang jauh, mungkin juga membangun komunitas untuk berbisnis. ”.

Senada juga pendapat Ardi sebagai berikut :

“Yang saya dapat dari online facebook ya lebih ke informasi tentang teman lama dan siapa saja dapat menambah pertemanan”

Serupa juga pendapat dari Febri sebagai berikut:

“Shop online dan informasi tentang teman teman saya saat ini yang berada jauh”.

Dari beberapa semua pendapat di atas, informan menilai bahwa informasi yang didapat dari penggunaan facebook ialah mengenai informasi tentang kawan-kawan mereka. selain itu mereka tidak memberikan jawaban yang lain.

b. Yang belum tercover dari facebook

Dari hasil wawancara terdapat kesamaan dari semua responden tentang apa yang belum dicover dalam facebook saat ini.

Seperti pendapat dari Ari sebagai berikut :

“Sebenarnya sudah cukup akan tetapi alangkah lebih baiknya dilengkapi dengan video seperti pada yahoo massanger (YM) karena hal ini sangat mendukung untuk mengatasi penipuan yang marak dilakukan karena tidak tau secara langsung orang yang di ajak komunikasi.”.

Pendapat serupa diungkapkan Ika putri sebagai berikut :

“Saya rasa chatting dengan menggunakan Facebook masih kurang efektif karena koneksi yang tidak bagus. dan fitur dalam Facebook masih belum ada fasilitas web cam”

Senada juga pendapat yang diungkapkan Ardi sebagai berikut :

“Yang saya dapat dari online facebook ya lebih ke informasi tentang teman lama dan siapa saja dapat menambah pertemanan ”.

Selain pendapat di atas, masih ada yang mengungkapkan hal yang sama juga seperti yang diungkapkan oleh Tisa sebagai berikut :

“Kurang dilengkapinya webcam yang dapat membantu kita mengetahui wajah mereka yang sebenarnya, karena kadang foto yang dipasang diprofile bukan wajah sebenarnya”.

Pendapat yang telah diungkapkan oleh informan di atas, dapat dilihat bagaimana fitur facebook bertambah menarik jika didalamnya ditambah webcam atau video call yang memungkinkan seseorang melihat lawan chattnya.

c. Persepsi Informan tentang penggunaan facebook

Persepsi menurut Jalaluddin Rakhmat adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Suatu media memiliki unsur-unsur yang menjadikan media tersebut terlihat menarik dan bermutu. Begitu juga unsur-unsur yang ada dalam facebook tersebut

Dari masing-masing unsur tersebut, informan memberikan pendapat yang berbeda-beda, seperti yang diungkapkan oleh Ari sebagai berikut :

“Menurut saya, fitur yang menarik dari facebook yaitu tagging photo, dengan fitur ini kita dapat tagging foto kita ke teman-teman dan mengirimnya untuk bisa di komen”.

Pendapat yang berbeda diungkapkan oleh Ika charo sebagai berikut :

“Pendapat saya tentang fitur facebook sekarang ini ya lumayan cukup bagus dan menarik kalau dibandingkan dengan situs layanan jejaring sosial lainnya, dengan adanya fitur selling memungkinkan kita menawarkan barang atau jasa ke pengguna lainnya.”

Pendapat yang berbeda juga diungkapkan oleh Ika putri sebagai berikut:

“Mungkin dalam hal kecanggihan saat ini fitur dalam Facebook sudah cukup bagus karena facebook menyediakan fitur game online dengan banyak pilihan untuk dimainkan banyak orang.”

Pendapat yang sama diatas diungkapkan oleh Melia sebagai berikut :

“Ya sudah cukup bagus dibandingkan situs jejaring pertemanan lainnya karena facebook sudah dilengkapi game online dan chatt sehingga kita dapat main game interaksi tersbut dengan banyak orang”.

Pendapat yang serupa diungkapkan oleh Tisa sebagai berikut :

“Fitur yang ada dalam facebook sudah menarik, akan lebih menarik lagi kalau aplikasi game onlinenya di aplikasi lebih bagus lagi”.

Dari masing-masing responden yang berpendapat, sebagian memiliki pendapat bahwa facebook sangat menarik karena menyediakan fitur fitur yang menarik seperti game online, selling dan tag photo. Dimana mereka dapat memungkinkan menawarkan barang atau jasa ke pengguna lainnya, sesama pengguna facebook bisa “tagging” atau menandai orang lain yang ada dalam foto tersebut, dan akan terkirim ke facebook orang yang di tag dan begitu juga facebook menyediakan fitur game online dengan banyak pilihan untuk dimainkan banyak orang.

d. Kelebihan dari facebook

Setelah menggunakan facebook, informan memiliki penilaian mengenai facebook tersebut. Dan penilaian mereka menjadi kelebihan dari facebook tersebut.

Seperti pendapat yang diungkapkan oleh Ika charo sebagai berikut :

“Mungkin chatting sama game onlinenya dan online shop disitu kita juga bisa mempromosikan barang yang mau dijual..”

Selain pendapat diatas ada juga informan yang menilai bahwa kelebihan dari Facebook terletak pada game online dan tag foto, seperti yang diungkapkan oleh Dhita sebagai berikut :

“Yang menjadi kelebihan dari facebook adalah game onlinenya sama tag fotonya”

Melihat pendapat-pendapat informan, bisa disimpulkan bahwa kehadiran facebook mampu memberikan informasi tentang jejaring social pertemanan dan memberi hiburan lewat game online yang terdapat dalam facebook itu. Kelebihan inilah yang menjadi daya tarik facebook sehingga disukai oleh banyak kalangan. Berbeda dengan facebook, friendster yang lebih dahulu dikenal oleh masyarakat dan sempat memiliki pamor yang cukup besar, kini seolah tergeser oleh keberadaan facebook.

B. Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskriptifkan secara objektif keadaan dan kondisi yang bisa ditangkap dan diamati dari suatu objek penelitian. Dalam penelitian ini, kondisi objek yang dimaksud adalah bagaimana pendapat dan motivasi mahasiswa terhadap penggunaan facebook sebagai media komunikasi jejaring sosial dalam pertemanan.

1. Gambaran Informan

Informan berjumlah 12 orang yang berasal dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Alasan pemilihan informan, didasarkan akan kebutuhan data dan informasi tentang jejaring sosial pertemanan. kebutuhan data dan informasi mengenai jejaring sosial pertemanan menjadi sebuah hal yang penting. Berbagai sarana media dimanfaatkan untuk memperoleh pengetahuan informasi.

Dari semua informan tersebut, media internet menjadi suatu hal yang sangat menunjang mereka dalam mendapatkan berbagai informasi khususnya mengenai jejaring sosial dalam pertemanan.

2. Motivasi dan perhatian informan sebagai media komunikasi jejaring sosial dalam pertemanan

Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan menggunakan pendekatan dengan fokus “mengapa sekelompok orang memilih untuk menggunakan media tertentu dibandingkan kandungan isi yang ditawarkan”. Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan dapat dilihat sebagai kecenderungan yang lebih luas oleh peneliti media yang membuka ruang untuk umpan

balik dan penerjemahan perilaku yang lebih beragam. Namun pemenuhan kepuasan seharusnya dapat dilihat sebagai efek, secara umum menghasilkan respon yang sama pada penggunanya.

Motivasi seseorang terhadap sesuatu hal ataupun objek, harus melalui proses pengenalan terlebih dahulu. Dengan mengenal suatu objek, maka informan dapat mempersepsikan tentang objek tersebut, yang mana dalam penelitian ini informan diberikan objek mengenai penggunaan facebook sebagai media komunikasi dan facebook sebagai jejaring sosial dalam pertemanan.

a. facebook sebagai media komunikasi

1. Frekuensi dalam penggunaan facebook

Proses penggunaan facebook di sini mencakup frekuensi dalam menggunakan facebook dan Perhatian terhadap facebook berawal dari pengenalan informan terhadap facebook tersebut. Selain itu pemahaman juga berhubungan dengan perhatian informan terhadap facebook.

Seperti yang diungkapkan Siska berikut ini :

“Saya tidak terlalu sering buka facebook, itu aja kalau dikantor dan kalau ga ada pekerjaan baru bisa online facebook, yaaa kadang kalau da wktu luang aja sih menurut saya.”

Dari informasi yang diperoleh dari seluruh informan, dapat dijelaskan bahwa rata – rata frekuensi informan dalam menggunakan facebook sangat minim. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan, bahwa dalam menggunakan facebook mereka menjawab kadang – kadang atau tidak terlalu sering, dan mereka juga sering menyediakan waktu khusus untuk menggunakan. Mereka menggunakan facebook

berdasarkan tingkat kebutuhan mereka akan informasi mengenai pertemanan mereka. Jadi dapat dilihat, bahwa informan memiliki motif diversifikasi yaitu informan tertarik untuk menggunakan facebook sekedar hanya ingin tahu tentang informasi – informasi tentang teman mereka dan juga sebagai pengisi waktu luang saja.

2. Yang menarik dari facebook

Dalam menggunakan facebook ternyata ada sisi yang membuat informan tertarik untuk menyaksikan acara tersebut. Dimana hal – hal yang menarik tersebut antara lain fitur-fitur dari facebook yang berbeda dari situs jejaring social lainnya. Dari hasil wawancara dengan informan, mereka tertarik menggunakan facebook dikarenakan fitur yang unik, seperti tag foto, game online dan selling.

Seperti tanggapan dari Basuki sebagai berikut :

“Didalam facebook terdapat fasilitas seperti tag foto jadi kita bisa mengirim foto kepada teman teman kita yang kita tuju sesuai dengan namanya sehingga dia tidak harus melihat account facebook saya, tinggal lihat pada koleksi foto dia”.

Senada dengan jawaban diatas maka Tisa juga menyatakan sebagai berikut:

“Mungkin saya tertarik dengan fitur selling dari Facebook agar sewaktu waktu bisa menawarkan barang kesemua teman-teman. Berbeda dengan Friendster yang cuma menyediakan buletin”

Serupa dengan jawaban diatas maka Siska juga menyatakan sebagai berikut:

“Mungkin saya tertarik dengan fitur selling dari Facebook agar sewaktu waktu bisa menawarkan barang kesemua teman-teman. Berbeda dengan Friendster yang cuma menyediakan buletin”

Setiap situs networking memiliki keunggulan dan kekurangan masing-masing. Tingkat kecanggihan yang ditawarkan oleh fitur situs-situs tersebut memiliki nilai yang bersifat relatif bergerak sesuai perkembangan jaman. Secara garis besar sarana situs publik seperti facebook merupakan salah satu media yang paling sering digunakan dan memiliki target pasar tersendiri untuk berkomunikasi yang efektif dalam proses persuasi.

3. Selektifitas Informan mengenai facebook

Selektifitas informan terhadap penggunaan facebook pula dari adanya media lain yang menyajikan informasi beragam jenis. Adanya media lain lain tersebut, ternyata dapat memberikan perbandingan hingga memunculkan adanya motivasi orientasi kognitif, yang mana khalayak akan mencari informasi yang beragam dari media massa agar keinginannya terpenuhi, jadi berdasarkan dari penelitian ini khalayak yaitu para informan tertarik untuk menggunakan facebook terdorong oleh keinginannya untuk mendapatkan informasi tentang segala sesuatu tentang informasi mengenai jejaring sosial dalam pertemanan. Selain itu, dengan adanya facebook menjadikan informan untuk memilih media lain yang sesuai dengan kebutuhan informasinya, hal ini dapat dilihat dari ungkapan Melia sebagai berikut :

“Ya pernah dunk, seperti google apa aja yang kita mau cari tinggal search di google sesuai kebutuhan informasi yang kita butuhkan. Kalau facebook sebagai sarana jejaring social pertemanan dan kalau google sebagai layanan informasi apa saja yang kita butuhkan”.

Dengan adanya media lain selain facebook, ternyata juga bisa menjadikan motivasi identitas personal yang mana seseorang menggunakan media massa karena didorong oleh

keinginan untuk mengaktualisasikan dirinya melalui media massa, yang maksudnya adalah bahwa media massa dianggap sebagai sarana untuk pengakuan atau perwujudan dari situasi dirinya. Dalam orientasi ini, informan memilih media berdasarkan situasinya dan karakternya.

b. Jejaring sosial dalam pertemanan

a. Adanya faktor kebutuhan

Kebutuhan menjelaskan tentang seberapa besar faktor tersebut dibutuhkan dalam realitas kehidupan. Dengan adanya definisi kebutuhan akan dapat diketahui seperti apakah yang dibutuhkan dalam realita. Definisi kebutuhan meliputi survey kebutuhan yang menjelaskan karakteristik penggunaan facebook yang digunakan oleh pengguna sebagai jejaring sosial pertemanan, alasan kebutuhan memaparkan tentang alasan mengapa karakteristik facebook tersebut dibutuhkan.

hal ini dapat dilihat dari ungkapan Ika putri sebagai berikut :

“Kebutuhan log in Facebook merupakan semata-mata wadah untuk menjangking pertemanan. Melalui Facebook orang dapat dan ingin berkomunikasi dengan kawan-kawan mereka, mungkin itu menurut saya pribadi.”

Kebutuhan seorang akan tercipta jika dia mendapatkan sesuatu yang sesuai atau lebih dari apa yang dia harapkan. Suatu layanan internet akan selalu menjadi sorotan utama dewasa ini karena dinilai untuk memudahkan semua akses yang ada. Selama pengamatan peneliti, layanan jaringan internet sangat baik.

Kita seakan sudah ketergantungan akan layanan internet tersebut karena seiring berjalannya waktu maka teknologi semakin maju, kita sebagai pengguna harus lebih berhati-hati dengan layanan tersebut agar dapat membedakan atau sesuai yang kita butuhkan.

b. Adanya faktor trend

Tren merupakan suatu metode yang ditujukan untuk melakukan suatu estimasi atau peramalan pada masa yang akan datang. Untuk melakukan peramalan dengan baik maka dibutuhkan berbagai macam informasi yang cukup banyak dan diamati dalam periode waktu yang relatif cukup panjang, sehingga dari hasil analisis tersebut dapat diketahui sampai berapa besar penggunaan facebook yang terjadi dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tentang penggunaan facebook terhadap perubahan tersebut.

hal ini dapat dilihat dari ungkapan Ika charo sebagai berikut :

“Ga ada yang mempengaruhi tp disisi lain ngikuti tren juga keinginan untuk mengembangkan relasi yang lebih banyak ”

Tren merupakan hal yang sangat mendasar dalam berbagai pendekatan analisa pasar berbasis teknikal. tren anak muda yang digunakan untuk menilai kepopuleran. Berakar dari pergaulan yang bermakna komunitas, kata gaul berupa parameter tren kata atau baju atau benda yang dipakai apakah sudah mengikuti tren yang ada atau tidak, Secara umum tren adalah ke arah mana pasar bergerak.

Tren selalu berubah, berputar dan berkembang sesuai dengan kemajuan zaman dan peradaban sebuah bangsa, namun itu semua akan kembali kepada para individu pelakunya untuk mengikuti trend tersebut atau tidak. Begitu juga perkembangan situs akan selalu mengikuti perputaran itu juga demi menjalankan ideologi pasarnya.

3. Penilaian Informan terhadap facebook

Persepsi terhadap facebook, merupakan salah satu efek dari proses komunikasi, yaitu efek yang terjadi pada mahasiswa dari menggunakan facebook tersebut. Efek tersebut berupa pendapat atau pernyataan yang diberikan oleh mahasiswa melalui proses perhatian dan

penghayatan. Tinggi rendahnya perhatian diberikan pada unsur-unsur yang mendukung facebook. Persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif seseorang, pribadi yang sadar dalam memahami fenomena yang ada di lingkungannya baik melalui penglihatan, pengamatan yang mendalam melalui penghayatan dengan perasaan. Selain melibatkan emosi, dalam mempersepsikan suatu objek, terdapat pula keterlibatan intelektual. Kedua hal tersebut, tidak mudah untuk diukur karena kunci untuk memahami sebuah persepsi terletak pada pemahaman bahwa persepsi bukan suatu pencatatan yang benar terhadap suatu situasi melainkan merupakan penafsiran yang unik terhadap situasi yang ada.

Ketika seorang mahasiswa menggunakan facebook, mereka menyatakan bahwa mereka dapat memahami dan mengerti akan kelebihan ataupun kekurangan dari facebook tersebut, maka hal ini melukiskan perasaan atau tanggapan mahasiswa terhadap facebook, inilah yang dimaksud dengan efek afektif. Tahap selanjutnya adalah tahap *behaviour*, di mana penyajian data dan informasi ini dinyatakan disukai dan menarik maka mereka berusaha untuk memahami isi dari facebook.

Dari persepsi informan terhadap facebook, dapat diketahui informasi dan kelebihan apa yang didapat setelah menggunakan facebook. Penilaian Informan terhadap facebook mengenai informasi pertemanan dalam hal ini menyangkut segala isi ataupun konten serta elemen-elemen yang menjadi faktor pendukung yang terdapat pada facebook. Segala sesuatu yang menjadi elemen pendukung dirancang sedemikian rupa agar mampu membedakan facebook dengan situs yang lain. Sehingga secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan daya tarik dan ciri khas tersendiri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, mereka beranggapan bahwa setelah mereka menggunakan facebook, dilihat dari fitur yang disediakan dari facebook, mereka mendapatkan informasi tentang :

- a. Selling, Facebook memiliki fitur yang memungkinkan kita menawarkan barang atau jasa ke pengguna lainnya. Berbeda dengan Friendster yang cuma menyediakan buletin.
- b. Tag Photo dengan fitur ini, maka saat foto bersama, sesama pengguna facebook bisa “tagging” atau menandai orang lain yang ada dalam foto tersebut, dan akan terkirim ke facebook orang yang di tag.
- c. Informasi tentang layanan jejaring sosial dalam pertemanan
- d. Aplikasi game online yang terdapat pada facebook

Dari hasil wawancara akan dipaparkan bagaimana penilaian informan tentang kelebihan dari facebook dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa akan informasi pertemanan. Selain itu penilaian informan juga menyangkut tentang bagaimana facebook dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan motivasi dan kebutuhan dari informan. Data dan informasi mengenai seluk beluk pertemanan yang terdapat dalam facebook, menurut pandangan informan, sangat membantu dan memberi manfaat pada pemenuhan kebutuhan akan pengetahuan informasi mengenai pertemanan. Informan mengatakan bahwa mereka banyak mendapatkan pengetahuan informasi mengenai pertemanan melalui facebook, informan juga merasa data dan informasi yang disajikan melalui facebook dapat membentuk pola pikir mereka dalam memandang situasi dan kondisi pertemanan mereka dalam membentuk jejaring sosial yang luas serta membangun komunitas baru.

Dari keseluruhan analisis di atas, memperlihatkan bahwa persepsi informan terhadap facebook sangat baik yang disebabkan adanya selektifitas yang tinggi pada diri responden. Hal tersebut semakin menjelaskan bahwa kehadiran facebook, dapat memberikan manfaat dan sangat membantu informan dalam mendapatkan data dan informasi mengenai jejaring sosial dalam pertemanan.

Berdasarkan dari pengamatan peneliti yang dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret. Peneliti mengamati sejumlah mahasiswa yang sedang online disekitar fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas sebelas maret yang menggunakan laptop, peneliti melihat dan mengamati para mahasiswa tersebut membuka situs facebook, kaskus, google dan juga email dari sekian banyak situs yang dibuka kebanyakan mahasiswa membuka facebook, kaskus dan google karena situs tersebut dapat memberikan informasi dari yang umum sampai yang khusus sebagai contohnya untuk log in facebook kebanyakan para mahasiswa melakukan chat dan tag foto dari teman-temannya untuk dikomenin, kemudian untuk kaskus mereka biasanya Cuma melihat-lihat barang yang kita inginkan dan yang terakhir google, mereka biasanya menggunakan situs ini digunakan untuk mencari data pendukung pada waktu skripsi dan juga tugas kuliah.

Selain itu, para mahasiswa terlihat mondar mandir, sibuk mencari *signal hotspot* agar koneksi internet mereka baik. Setiap harinya, tidak kurang dua puluh mahasiswa yang online. Mereka ada yang sedang membawa memesan makanan dan minuman dari kantin buat camilan online, dan ada juga yang sedang ngobrol dengan teman disampingnya. Di sini bisa dilihat betapa pentingnya jaringan internet yang semakin mudah kita nikmati sehingga memudahkan kita untuk mencari data atau jejaring sosial dalam pertemanan melalui website yang telah disediakan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Apa yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini berkesimpulan bahwa penggunaan facebook dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret angkatan 2007-2008 pasif dalam menggunakan facebook dan sebagian besar mahasiswa tidak terlalu sering untuk log in facebook karena sebagai waktu luang saja mereka membuka facebook.

Sasaran akhir dari penelitian ini adalah menjawab permasalahan penelitian dan membuktikan tujuan penelitian. Untuk itu, berdasarkan hasil penelitian, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

a. Motivasi mahasiswa dalam menggunakan facebook pasif, karena jika dilihat dari seringnya menggunakan facebook para informan banyak yang menjawab kadang-kadang atau tidak terlalu sering, rata-rata dari mereka lebih memilih karena termotivas tren untuk memenuhi kebutuhan informasi pertemanan. Dalam penelitian ini para informan memiliki motif diversifikasi dimana para informan bersifat pasif dalam menggunakan facebook, karena hanya bertumpu pada perasaan senang atau tidak senang. Sehingga dengan motivasi diversifikasi, khalayak mahasiswa tertarik untuk sekedar hanya ingin tahu tentang informasi-informasi jejaring sosial pertemanan yang sedang terjadi saat ini dan juga sebagai pengisi waktu luang saja.

b. Dengan hadirnya berbagai macam situs jejaring sosial pertemanan, semakin membuat khalayak selektif dalam mencari informasi tentang jejaring sosial pertemanan. Berbagai macam situs jejaring pertemanan seperti Friendster dan twiter adalah situs yang menyajikan seluk-beluk tentang jejaring sosial pertemanan. Dari hasil penelitian ini para informan juga menggunakan berbagai situs yang lain guna memenuhi kebutuhan informasinya, hal ini didasari oleh motif kognitif, yang mana khalayak akan mencari informasi yang beragam dari media massa agar keinginannya terpenuhi. Jadi, kaitannya dengan penelitian ini, khalayak yaitu mahasiswa tertarik untuk menggunakan facebook karena terdorong oleh keinginannya untuk mendapatkan informasi tentang segala sesuatu informasi yang terbaru dalam jejaring sosial pertemanan.

c. Persepsi khalayak tentang penggunaan facebook sangat beragam, sebagian informan berpendapat bahwa melalui penggunaan facebook, mereka dapat menangkap berbagai informasi

tentang jejaring sosial pertemanan, sebagian lain informan lebih memilih bahwa fitur facebook sangat menarik, seperti :

Selling, Facebook memiliki fitur yang memungkinkan kita menawarkan barang atau jasa ke pengguna lainnya. Berbeda dengan Friendster yang cuma menyediakan buletin.

Tag Photo dengan fitur ini, maka saat foto bersama, sesama pengguna facebook bisa “tagging” atau menandai orang lain yang ada dalam foto tersebut, dan akan terkirim ke facebook orang yang di tag dan juga aplikasi game onlinnya. Hal ini yang membuat para informan tertarik untuk menggunakan facebook walaupun tidak sering.

Peneliti juga melihat bahwa penggunaan facebook tersebut tidak terlepas dari adanya situs-situs lain yang mendukung seperti google, kaskus, youtube dll, peneliti juga menyadari bahwa masih banyak faktor lain yang mempengaruhi penggunaan facebook yang belum terekam dalam penelitian ini

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas peneliti mengajukan beberapa pendapat saran yaitu :

1. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Non Reguler angkatan 2007-2008 diharapkan dapat menggunakan media internet sebagai salah satu sarana untuk memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhan mereka.
2. Dengan adanya facebook mahasiswa Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Non Regular Universitas Sebelas Maret supaya dapat memperluas wawasan maupun pertemanan dengan mahasiswa dari jurusan lain ataupun dari Universitas lain sehingga dapat saling bertukar informasi diantara mereka.

Saran bagi facebook

Dari semua informan tersebut, media internet menjadi suatu hal yang sangat menunjang mereka dalam mendapatkan berbagai informasi khususnya mengenai jejaring social pertemanan. Dimana facebook telah menjadi sesuatu yang dapat memberikan berbagai informasi bagi para informan, Khususnya mengenai jejaring sosial dalam pertemanan. Facebook pun memiliki fitur dan konten yang sangat variatif dan inovatif (termasuk fitur games, survey, aplikasi, dan lainnya). Hal ini pula yang menjadikan Facebook banyak diminati orang sehingga menjadi media promosi yang luar biasa. Semakin banyak peminat Facebook berarti semakin kuat daya tarik Facebook terhadap masyarakat. Sehingga daya tarik pasar/konsumen juga sangat kuat sehingga media promosi atau media periklanan di Facebook ini juga sangat diminati oleh penyedia produk, jasa maupun solusi.

Sayangnya, sebagai media yang lahir dari perkembangan teknologi informasi, internet saat ini cenderung untuk hiburan saja, salah satu fungsi media yang juga sebenarnya penting yakni fungsi edukasi justru tidak pernah terdengar kabarnya.

Saran untuk Penelitian Lebih Lanjut

Kepada semua pihak yang akan membuat penelitian dengan mengangkat kasus yang sejenis, diharapkan mampu untuk memberikan dan menyajikan hasil yang lebih mendetil dan lebih lengkap lagi agar hasil penelitian dapat dipergunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang telah ada. Penelitian yang lebih lanjut, diharapkan pula untuk bisa lebih mewakili kebutuhan dari semua pihak yang bersangkutan.

DAFTAR PUSTAKA

Reed H Blake dan Edwin O Haraldsen, *Taksonomi Konsep Komunikasi*, Papyrus. Surabaya, 2003. hal.2.

Drs.Onong Uchajana Effendy,M.A, “*Televisi Siaran Teori dan Praktek*” , Penerbit Alumni,Bandung, 1984, hal. 2

Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005, hal.3

Effendi Onong Echjana, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Rosda Karya, Bandung, 1984. hal.11

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 1999, hal. 243-244

H.B Sutopo, *Metode Penelitian Kualitatif*, UNS Press, Surakarta, 1988, hal. 24

Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1999, hal. 52

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 1999, hal. 234

Sarantakos Sitrios, *Social Research – Second Edition*, Macmillan Education, Australia, 1998, hal. 4

Miles, B Mattew dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, UI Press, Jakarta, hal. 16-20

Stikomah Wibowo, *Psikologi Sosial*, Jakarta, Karunia Universitas Terbuka, 1988, hal. 23

D. Lawrence Kincaid dan Wilbur Schramm. *Azas-azas Komunikasi Antar Manusia*, LP3ES, Jakarta,1987. hal. 90

Jalaluddin Rakhmat, M.SC, “Metode Penelitian Komunikasi”, Remaja Rosda Karya, Bandung, 1984, hal 205

Dendi Sudiana, *Komunikasi Periklanan Cetak*. Bandung, CV Remaja Karya, 1996, hal.14

Pustaka:Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi,Vol.1, No.1,Juni 2005

Jalaludin Rakhmat, Op Cit, hal 188

<http://smkgrafikadp.com> Nalih Kamis, 8 Mei 2008 09:44:23 - oleh : nalih diakses 9 juni 01:00 wib

Http : [/pawitmy@bdg.centrin.net.id](http://pawitmy@bdg.centrin.net.id) diakses 25 Juli 2008 jam 21:00

Http : [/pawitmy@bdg.centrin.net.id](http://pawitmy@bdg.centrin.net.id) diakses 25 Juli 2008 jam 21:00

<http://bengkeljurnalistik.wordpress.com> diakses 21 Juli 2008 jam 19:35

http://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_Internet, diakses tgl 21 jam 10.25wib

techno.okezone.com/read/2009/09/.../fenomena-facebook-yang-spektakuler

ANALISIS DAN PERANCANGAN APLIKASI JEJARING SOSIAL PENJUALAN
BERBASIS WEB, (Muhammad Ridwan Nawawi, Muhammad Irfani Sahnur, Dino Dwiyaksa)

2008 www.ridwanforge.net/blog/jejaring-sosial-social-networking

Techno.okezone.com/read/2009/09/.../fenomena-facebook-yang-spektakuler

Esciencenews.com/articles/2008/09/22/study.facebook.profiles.can.be

<http://sawali.info/2009/03/23/blog-facebook-dan-keajaiban-dunia-virtual/>

(WWW.saptoanggoro.com)

Jalaluddin Rakhmat, *Op. Cit.* hal. 56-61

Lexy J Moleong, *Op. Cit.* hal. 330

Ibid, hal. 20

Ibid, hal. 331

Ibid, hal. 101

Ibid, hal. 142

Ibid, hal. 27

Ibid, hal. 24

Ibid, hal. 52

Jurnal International

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> akses tgl 27 use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* (Donath & Boyd, 2004; Resnick, 2001; Wellman et al. , 2001). Donath dan Boyd (2004)